

Emprender desde la RSE en el mercado global

**I Encuentro Internacional organizado por Grupo 5,
Cámara de Comercio de Madrid y
Universidad Complutense de Madrid**

Madrid, 6 y 7 de junio de 2013

[Cuaderno de *abstracts* y presentaciones]

Organizan: Grupo 5 – Universidad complutense de Madrid – Cámara de Comercio de Madrid





Cámara
Madrid



E-print Complutense:

Emprender desde la RSE en el mercado global

I Encuentro Internacional organizado por Grupo 5, Cámara de Comercio de Madrid y Universidad Complutense de Madrid

ISBN 13: 978-84-695-8111-7

ISBN 10: 84-695-8111-2



Licencia Creative Commons: Reconocimiento – NoComercial – SinObraDerivada (by-nc-nd): No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas.

Las imágenes empleadas en las presentaciones son de exclusiva responsabilidad de los ponentes. Las opiniones expresadas en este documento pueden no coincidir con las de los coordinadores académicos o con las de las entidades organizadoras

Los coordinadores agradecen las orientaciones y la ayuda recibidas de Manuela Moreno Mancebo e Isabel López Medina, en la Biblioteca de la Facultad de Derecho, para la publicación de este E-print Complutense.



Índice general

1. Presentación..... p. 5
2. ¿Cómo medir la RSE? ¿Son las empresas españolas socialmente responsables?, *Isabel López Triana*..... p. 13
3. La Responsabilidad Social como creación de valor compartido, *Clara Bazán Cea*.... p. 14
4. NH Hoteles, empresa responsable del sector Turismo, *Marta Martín Martín*..... p. 15
5. La sostenibilidad impulsa el negocio de Enagás, *Javier Perera de Gregorio*..... p. 17
6. La RSE desde Europa: algunas reflexiones para España, *Germán Granda*..... p. 19
7. La RSE en España: una propuesta para Europa, *Aldo Olcese*..... p. 20
8. La institucionalización de la RSE, *José Eugenio Azpiroz Villar*..... p. 27
9. La institucionalización de la RSE, *Ramón Jáuregui y Pilar Lucio Carrasco*..... p. 34
10. La institucionalización de la RSE, *Sara Sieira*..... p. 38
11. Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de las empresas, *Antonio Vives*..p. 42
12. RSE: Una perspectiva jurídica práctica, *Emilio Díaz Ruiz*..... p. 44
13. Responsabilidad social de la empresa y fiscalidad, *Jacques Malherbe*..... p. 46
14. La RSE y sus consecuencias en la organización societaria, *Juan Sánchez-Calero Guilarte*.. p. 50
15. RSE, tecnología y propiedad intelectual, *Bernard Remiche*..... p. 52
16. ¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?, *Christi Amesti Mendizábal*..... p. 54
17. ¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?, *Carlos Díaz y Orenco Vázquez*..... p. 56
18. ¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?, *Manuel Ignacio Feliu Rey*..... p. 59

Apéndice:

Presentaciones proyectadas..... p. 61

Direcciones de contacto de los organizadores..... p. 210



Cámara
Madrid





Presentación

La Responsabilidad Social Empresarial (en adelante, RSE) forma parte del cambio que la sociedad está demandando a las estructuras económicas y empresariales y a las Administraciones Públicas. La gestión responsable de las empresas y, en general, de todas las organizaciones es un instrumento imprescindible del modelo económico de sostenibilidad y de cohesión social. También se revela como factor de equilibrio entre las medidas que, a corto plazo, exigen la estabilidad financiera y presupuestaria y, a largo plazo, el compromiso ético, económico, social y medioambiental de las diferentes organizaciones.

La Estrategia Europea 2020¹ incluye entre sus objetivos la promoción de la responsabilidad social de las empresas como medio para modernizar y consolidar las políticas de empleo, educación y formación y los sistemas de protección social. En definitiva, como factor de cohesión económica, social y territorial. Sin definir el citado documento cómo, en qué medida, la responsabilidad social empresarial contribuirá a la consecución de los objetivos de la estrategia comunitaria, es cierto que documentos anteriores de la Comisión Europea y posteriores del Parlamento Europeo ya se han articulado los rasgos de la que se anuncia como “interpretación moderna de la RSE”²; a saber, recuperación sostenible, que exige la adopción de medidas sociales, en especial en relación con el emprendimiento y el empleo de grupos vulnerables, garantizando puestos de trabajo; políticas de la Unión en torno a la RSE de manera complementaria al desarrollo de normas internacionales; políticas públicas nacionales “para” la RSE, en especial atendiendo a las necesidades específicas de las PYMEs; engranaje entre la inversión socialmente responsable y su divulgación, reforzando el vínculo entre la RSE, los ciudadanos, la competitividad y la innovación.

Con el objetivo principal de servir de foro para que, desde una triple vertiente, institucional, empresarial y académica, se profundizara en el fomento, incentivo o promoción de la RSE por todos los actores sociales implicados, se celebró en Madrid el **I ENCUENTRO INTERNACIONAL “EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL”**. El evento, organizado por Grupo 5, la Cámara de Comercio de Madrid y la Universidad Complutense de Madrid, fue una iniciativa novedosa de colaboración entre entidades públicas y privadas, académicas y empresariales que quieren contribuir a la sólida implantación de la RSE en el modelo económico-social globalizado y desean ofrecer a la sociedad un consenso sobre los que hayan de ser “compromisos socialmente responsables” para afrontar y superar la crisis económica y construir la economía postcrisis.

¹ Comunicación de la Comisión Europea “Una estrategia para el crecimiento inteligente, sostenible e integrador”, COM (2010) 2020 final, Bruselas, 3.03.2010.

² Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas, COM(2011) 681 final, Bruselas, 25.10.2011. Resolución del Parlamento Europeo de 6 de febrero de 2013, sobre “Responsabilidad social de las empresas: promover los intereses de la sociedad y un camino hacia la recuperación integradora”. Resolución del Parlamento Europeo de 6 de febrero de 2013, sobre “Responsabilidad social de las empresas: comportamiento responsable y transparente de las empresas y crecimiento sostenible”.



Cámara
Madrid



Durante los días 6 y 7 de junio de 2013 participaron en este Encuentro grandes expertos internacionales y nacionales que, desde diferentes enfoques, ofrecieron al público asistente el estado de la cuestión en los distintos ámbitos y plantearon propuestas de futuro en torno a la Responsabilidad Social como estrategia pública y privada para la consecución del objetivo del emprendimiento como fundamento de un crecimiento económico y social sostenible e integrador.

Para la inauguración del I Encuentro se contó con la presencia de **Miguel Garrido de la Cierva**, Director Gerente de la Cámara de Comercio de Madrid, **Tomás Merín Cañada**, Consejero Delegado de Grupo 5 y **Juan Ferrera Cuesta**, Vicerrector de Relaciones Institucionales e Internacionales de la Universidad Complutense de Madrid. Todos ellos mostraron la decidida apuesta de cada una de las instituciones representadas por la articulación efectiva de la RSE en relación con sus respectivos objetos sociales.

¿Cómo medir la RSE? ¿Son las empresas españolas socialmente responsables?

En la primera jornada se analizó lo que las empresas españolas están haciendo en RSE y hacia dónde irán sus pasos en el futuro. En este sentido, el debate se abrió con la socia directora de Responsabilidad Gobierno Corporativo de **Villafañe & Asociados**, **Isabel López Triana**, que aportó datos que nos permitieron analizar si las empresas españolas son socialmente responsables y cómo medir la aplicación de la RSE.

Antes de su intervención, el profesor **José Ignacio López**, en la presentación de la mesa, destacó algunas de las conclusiones del Informe sobre responsabilidad social de las empresas³ del Parlamento Europeo (2013), relativas a la nueva definición de RSE propuesta por la Comisión, que neutraliza el contraste entre el enfoque voluntario y el enfoque obligatorio, que hasta ahora había polarizado los debates. De hecho, la variedad de ámbitos de aplicación, las numerosas estrategias utilizadas por las empresas y la diversidad de enfoques normativos demuestran que la RSE se desarrolla sobre la base de varios procesos. Por esta razón, **es necesario situar el debate sobre la RSE en un contexto más amplio que, conservando una orientación fundamentalmente voluntaria, permita el diálogo sobre las medidas reglamentarias, siempre que sea posible.** Dicho informe está a favor de una **orientación hacia la RSE impulsada principalmente por las propias empresas**, de acuerdo a sus capacidades y necesidades, y con el apoyo adecuado de las autoridades públicas, con el fin de equilibrar los intereses de las empresas y la sociedad. Pero sobre todo teniendo en cuenta que la responsabilidad social de la empresa significa, ante todo, competitividad.

Esto nos lleva a plantear medidas de la RSE para que los agentes que participan en el proceso de decisión (*stakeholders*: inversores, trabajadores, accionistas, Administraciones públicas,...) valoren las acciones adoptadas por las empresas y los resultados obtenidos. Estos indicadores no financieros (cualitativos y cuantitativos) deberían medir los impactos de las actividades de la empresa en la sociedad y en el medio ambiente. Y habrán de ser fiables, comprables, válidos y tener significado en sí mismo. Máxime cuando hoy en día, más del 70% del valor de los recursos de una empresa son intangibles

³ Informe sobre responsabilidad social de las empresas: comportamiento responsable y transparente de las empresas y crecimiento sostenible, del Parlamento Europeo, (2012/2098 (INI)) Comisión de Asuntos Jurídicos, cuyo ponente ha sido Raffaele Baldassarre (2013)



Cámara
Madrid



Para la ponente, el cambio de racionalidad empresarial en el nuevo milenio, está enfocado en la creación de valor para todos los *stakeholders* y no solo en la maximización de resultados económicos, integra **la ética y la responsabilidad** como requerimiento **imprescindible para la sostenibilidad** de las compañías.

La responsabilidad entendida como el compromiso de mantener un **comportamiento autoexigente** con todos los stakeholders de la empresa, integrado en la estrategia empresarial y en línea con los objetivos de negocio requiere evaluar y medir el estado actual para poder **definir estrategias y gestionar de forma eficaz los aspectos de mayor generación de valor**. En la situación actual la responsabilidad corporativa es una alternativa válida para **recuperar el clima de confianza** necesario en la actividad económica y el mantenimiento y mejora del bienestar social. La ponente analizó los instrumentos internos que facilitan la evaluación de la responsabilidad y apostó por incluir en la rendición de cuentas de las compañías indicadores de sostenibilidad para poder medir su desempeño.

Más del 30% de los mayores inversores institucionales del mundo valoran criterios extrafinancieros relacionados con el gobierno corporativo, la ética en los negocios, el riesgo medioambiental o la relación con la comunidad a la hora de construir sus carteras de inversión. A pesar de la situación de crisis España mantiene su presencia en los rankings de sostenibilidad, ocupando puestos relevantes en los principales monitores. Destaca su presencia en The Sustainability Yearbook, elaborado por RobecoSAM y que analiza más 2.000 compañías que cotizan en el Dow Jones Sustainability Index, En este ranking, que es referencia mundial para medir las empresas que destacan por su gestión de la sostenibilidad y que a la vez representan una oportunidad de inversión de sostenibilidad, en 2013 España se posiciona en cuarto lugar entre los países con mayor número de empresas en la categoría Gold Class en sus respectivos sectores. Esto significa que nuestras empresas no lo están haciendo tan mal y ocupan una posición destacada en los rankings internacionales.

RSE interna y externa. Ejemplos de modelos sostenibles

A continuación, el profesor **Juan Muñoz** moderó la mesa en la que diversas empresas expusieron sus modelos de sostenibilidad. En ella participaron: **Clara Bazán, Directora de Responsabilidad Social de Mapfre; Alejandro Martínez, Director de RSC de Eroski; Marta Martín Martín, Directora de Responsabilidad Corporativa de NH Hoteles, y Javier Perera de Gregorio, Director de Organización y RSC de Enagás.**

Comenzó la mesa con la presentación de los ponentes. El moderador cedió la palabra a **Clara Bazán** que analizó la RS como corresponsabilidad de la compañía y sus stakeholders. Explicó en profundidad el análisis de stakeholders hecho por Mapfre y los planes de actuación para cada uno de ellos. Continuó presentando los compromisos de la compañía con sus clientes (innovación, servicio accesible, confidencialidad, atención de reclamaciones) y lo que espera de los mismos (confianza, honestidad, comunicación abierta). Acabó su intervención presentando productos de la compañía específicos para emprendedores y PYMES.

Alejandro Martínez explicó con detenimiento la Política de RS de la compañía, detallando alguno de los certificados obtenidos (SA 8000 etc.). A continuación detalló en profundidad distintas políticas de RS hacia los empleados (retribuciones, formación, acción social etc.) y los clientes (mejora información, lanzamiento de productos sanos y más baratos, etc.). Acabó la exposición presentando ejemplos de acciones sociales de la Fundación Eroski.



Javier Perera, hizo una brevísima introducción sobre lo que Enagás hace en materia de RSC, pero se remitió a la documentación entregada. Decidió dedicar su tiempo a exponer su experiencia personal de puesta en marcha de la RSC en su compañía. Explicó con detenimiento la necesidad de implicación y convencimiento de toda la plantilla, así como las dificultades de convencimiento a nivel interno y la necesidad de implicar a la Alta Dirección. Destacó el papel de las empresas como actores complementarios de los gobiernos en la lucha contra las lacras sociales y la necesidad de crear una cultura empresarial positiva a la RSC, necesidad de tiempo, paciencia y espacios. En particular, dejó clara que es necesario ser generosos en reconocimientos y hacerlos llegar a toda la compañía. Introdujo la necesidad de combinar el impacto en el cliente local, junto con el impacto en los inversores de más alto nivel (fondos de inversión, inversores institucionales, etc.). Comentó la necesidad de un modelo integral, en su caso formalizado en un Plan Director que establezca herramientas, estructuras y sistemas de medición que generen objetivos en todos los niveles de la plantilla, atomizando la responsabilidad hacia todos.

Marta Martín señaló como desde el principio la RC fue insertada en la propia estrategia empresarial y apoyada por la Alta Dirección. Explicó con detenimiento los Planes Directores creados en 2007-09 y 2011-13, donde se establecieron políticas globales de dirección por objetivos, las estructuras adecuadas (Comité de RSC y Sostenibilidad) y los sistemas de medición. Aclaró como, poco a poco, la gestión de RSC pasó de ser una “gestión del riesgo” a una “gestión de oportunidades”. Detalló el análisis de stakeholders y explicó los diferentes certificados obtenidos en RSC y reputación.

Con la hora muy ajustada empezó el coloquio. Las primeras intervenciones versaron sobre los problemas de convencimiento a la Alta Dirección y después al resto de la plantilla. A continuación se abrió un debate sobre la posible ventaja o no de las empresas responsables frente a sus competidores, la medición de la RSC y su influencia en los resultados, concretamente sobre la evidencia empírica de esta relación. Se continuó el debatiendo la conveniencia de la obligatoriedad o no en el cumplimiento de las normas y terminó la mesa departiendo sobre los problemas de comunicación de la RSC.

La RSE desde Europa y España. Su institucionalización

La segunda sesión del I Encuentro Internacional, celebrada el jueves 6 de junio por la tarde, se dedicó a analizar la que pudiéramos denominar “institucionalización de la RSE”. Expresión utilizada para referirnos a las propuestas, planes, estrategias que en el ámbito europeo e interno español, se han adoptado por los diferentes actores públicos implicados (instituciones europeas, parlamento español y gobierno) con la finalidad de promover, incentivar o fomentar la real implementación de políticas socialmente responsables en las empresas y organizaciones, públicas y privadas.

Era un buen momento para hacer balance de lo conseguido en los diferentes ámbitos institucionales, comunitarios y nacionales, y analizar las perspectivas de futuro a corto, medio y largo plazo en el proceso, no finalizado, en nuestro país hacia el logro de lo que hace años era un reto y ahora es una oportunidad para el desarrollo social y económico y, sobre todo, factor de crecimiento en el marco de la Estrategia Europea 2020.

Con esta finalidad, la sesión pretendía un enfoque integral e integrado de estrategias ideadas por las instituciones europeas y su recepción por los poderes públicos españoles. Nos planteamos en la sesión los interrogantes siguientes: La RSE en Europa, ¿ejemplo para España?; lo ideado en España ¿un ejemplo para Europa?; ¿qué medidas se están adoptando por los diferentes partidos políticos en el seno del



Cámara
Madrid



Congreso de los Diputados español?; ¿qué estrategia futura está diseñando el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, y en concreto la Dirección General de Trabajo Autónomo, Economía Social y Responsabilidad Social Empresarial, como órgano encargado de adoptar la política española en esta materia?.

Carmen Verdera, Gerente de Relaciones con Instituciones Comunitarias y Responsabilidad Social Corporativa de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid se ocupó de presentar a los ponentes que analizaron la RSE en el contexto europeo. Sin duda, no puede pasarse por alto la visión que de España en lo tocante a estos asuntos, se tiene en Europa y viceversa. En este sentido, **Germán Granda**, Director General de Forética, abordó la situación de la RSE vista desde Europa, extrayendo algunas reflexiones para España. En este sentido, expresó que la nueva estrategia europea brinda a España la posibilidad para establecer su primera estrategia nacional de RSE en coordinación con la europea. Es el momento de revisar lo que se ha hecho y comprobar si existen aspectos en los que España pueda todavía ejercer cierto liderazgo así como constatar que la RSE en su concepción de aunar eficiencia, innovación y competitividad puede ser, como señala la estrategia europea, un argumento de gran potencial para contrarrestar la crisis.

Por su parte, **Aldo Olcese**, Miembro de la Real Academia de Economía, Consejero Independiente del Consejo Estatal de la RSE (CERSE), se centró en la RSE desde España, preparando a partir de la exitosa experiencia nacional una propuesta para Europa, tal como le requirió la Comisión Europea. Analizó, en primer lugar, las iniciativas Públicas y de la Sociedad Civil que han contribuido a desarrollar una RSE sobresaliente en el contexto español. Pasó después a revisar el papel de los Estándares Internacionales e Índices de referencia en RSE a nivel mundial, que han contribuido a su implantación y forman el eje fundamental del desarrollo de la RSE en el mundo y en España. Se centró posteriormente en los elementos aceleradores de la RSE, es decir, en aquellas actividades y prácticas hoy existentes que se consideran claves para la mejor consolidación y desarrollo de la RSE a nivel mundial. Y, por último, destacó propuestas avanzadas y comprometidas sobre reformas y complementos de dimensiones existentes de la RSE, nuevas dimensiones de ésta, para que sean introducidas en las recomendaciones y métricas de los estándares internacionales.

Otro aspecto que necesariamente había de ser tratado en este I Encuentro era el marco que puede fijarse a la RSE, en el actual proceso de elaboración legislativa. Para ello se contó con expertos procedentes de las Cortes Generales. **José Eugenio Azpiroz Villar**, Diputado del PP, Presidente de la Comisión de Empleo y Seguridad Social del Congreso de los Diputados, expresó su parecer sobre la institucionalización de la RSE y el alcance de la misma. A su juicio, la creación de empleo, el favorecimiento del autoempleo y el emprendimiento, así como el mantenimiento de la plantilla en plena crisis son actos de responsabilidad social empresarial, criticando la economía sumergida, y el fraude fiscal y laboral. Planteó la necesidad de afianzar el concepto de responsabilidad global corporativa y de encontrar el punto de equilibrio entre el respeto a los derechos humanos y la dependencia de la inversión extranjera en los países subdesarrollados.

Sara Sieira Mucientes, Letrada de la Comisión de Cooperación Internacional para el Desarrollo del Congreso de los Diputados, explicó cómo esta Comisión, desde el mes de marzo del 2013, ha celebrado reuniones con empresas multinacionales españolas para tratar la RSE en países en desarrollo o emergentes. Ante la ausencia de regulación, este asunto adquiere importancia estratégica en la dirección de las grandes empresas, que opinan sobre el grado de obligatoriedad que debe imprimirse a la regulación futura de los Principios Ruggie en nuestro ordenamiento.



Ramón Jáuregui, Diputado del PSOE y Miembro de la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados y en su nombre, **Pilar Lucio Carrasco**, Diputada del PSOE y Vice Portavoz de la Comisión del Empleo del Congreso de los Diputados, señalaron los factores que hacen dudar del desarrollo de la RSE y las necesidades actuales de la misma, subrayando la conveniencia de adoptar una mayor regulación de todos los planos que acompañan a la RSE, de potenciar la Inversión Socialmente Responsable o de fortalecer el Tercer Sector.

Fomento de la RSE por los poderes públicos

La posición de la Dirección General del Trabajo Autónomo, de la Economía Social y de la responsabilidad Social Empresarial del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, fue expuesta por la Subdirectora General, **Inmaculada Gutiérrez Martínez**, en nombre del Director General, **Miguel Ángel García Martín**. En la clausura de la sesión de la primera jornada hizo referencia a la situación de la RSE en las empresas españolas, destacando que son líderes en sostenibilidad por encima de la media, y concluyó con la exposición de las actuaciones que el Ministerio se ha propuesto acometer a corto plazo, manteniendo su compromiso con el empleo. Entre ellas, señaló las siguientes: impulsar y dar continuidad al funcionamiento del CERSE, hacer especial hincapié en impulsar actuaciones dirigidas a promocionar la RSE, impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad por parte de las sociedades mercantiles estatales y elaborar un PLAN NACIONAL DE RSE, sin caer en la sobreregulación, preservando el principio de voluntariedad y evitando la ruptura de la unidad de mercado.

Emprendimiento y RSE

La segunda jornada del Encuentro, 7 de junio, comenzó con la ponencia de **Antonio Vives**, Socio principal de Cumpetere, Profesor de Stanford University, que, bajo el título “Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de la empresa: Creación de valor”, disertó sobre la creación de valor en la RSE, en el empleo y el emprendimiento. Alentó sobre necesidad del emprendimiento como fuente de crecimiento económico y desarrollo social, aprovechando las oportunidades que brindan los nuevos informes integrados y se centró en el “Capital Humano” de las empresas como fuente de valor a crear y compartir. Asimismo propuso estrategias empresariales relacionadas con el emprendimiento interno y externo (el llamado “capital intelectual”) para contribuir a la sostenibilidad, haciendo hincapié en alianzas público-privadas y, en especial, alertando sobre el contenido de las que, en su opinión, han de ser las políticas públicas en este ámbito. Concluyó: “los gobiernos no crean empleo; sólo ponen las condiciones para que los empresarios lo hagan”.

Una perspectiva jurídica práctica de la RSE

A continuación, tuvo lugar una Mesa Redonda, moderada por la Profa. **Yolanda Sánchez-Urán Azaña**, Profesora en la que participaron juristas de reconocido prestigio nacional e internacional.

Emilio Díaz Ruiz, Profesor Titular de Derecho Mercantil de la Universidad Complutense y Socio del Despacho Uría-Menéndez de Madrid, defendió que sólo cuando las políticas de RSE puedan imponerse de forma simultánea en áreas económicas lo suficientemente extensas, podrá considerarse su obligatoriedad ajustando siempre las políticas frente a las PYMES.

Jaques Malherbe, Catedrático de Derecho Mercantil y Derecho Financiero de la Universidad Católica de Lovaina, Socio del Despacho Liederkerke Wolters de Bruselas, indicó varios puntos de conexión



existentes entre la RSE y la fiscalidad, destacando la imposición medioambiental, la deslocalización y las ayudas fiscales regionales, o la utilización de paraísos fiscales.

Juan Sánchez-Calero, Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad Complutense, Socio del Despacho Sánchez-Calero, analizó cómo se aprueba y ejecuta la RSE en el seno de una sociedad mercantil, resaltando el papel de los administradores y accionistas, sobre todo en sociedades cotizadas, que pueden ver afectada su financiación y reputación.

RSE, tecnología y propiedad intelectual

Se prestó especial atención a esta cuestión específica, que en ocasiones pasa desapercibida cuando se estudia la RSE. Se esclarecieron los riesgos que supone la actual regulación mundial de la mano de la inestimable colaboración del Prof. Bernard Remiche, Socio del Despacho Sybarius de Bruselas, Catedrático de Derechos Intelectuales y de Derecho Económico de la Universidad Católica de Lovaina, Presidente honorario de la AIDE (Association Internationale de Droit Économique). Se debatieron, entre otros temas, la posible existencia de una "burbuja" en el campo de la propiedad intelectual en cuanto a la valoración de los intangibles y prácticas criticables como las de los "trolls" de patentes.

¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?

La última Mesa Redonda del Encuentro, moderada por la Profa. **María Amparo Grau Ruiz**, pretendía poner de relieve la trascendencia, de cara a los grupos de interés y diversos actores implicados, de los compromisos adquiridos por las empresas en materia de RSE.

En este sentido, **Christi Amesti Mendizabal**, Profesora titular de Derecho Mercantil de la Universidad Complutense de Madrid, expuso posibles soluciones al problema de la eficacia o ineficacia de estos compromisos a partir del Derecho Societario Comparado, prestando especial atención a cuestiones de actualidad, tales como la incorporación de la mujer a los Consejos de Administración de las sociedades cotizadas o las retribuciones de los administradores.

Por su parte, **Manuel Ignacio Feliu Rey**, Director de la Cátedra ASGECO de Derecho de los Consumidores de la Universidad Carlos III de Madrid, centró su intervención en los grupos de interés, en concreto, consumidores y usuarios, receptores de mensajes publicitarios sobre compromisos de RSE sin la seguridad de que éstos se cumplan efectivamente.

Juan Carlos Díaz, Presidente del Observatorio de RSE España y **Orencio Vázquez**, Director del mismo, criticaron la falta de transparencia de muchos de los informes de las grandes empresas, explicando detalladamente la metodología empleada y resultados alcanzados en la Novena edición del Estudio "La RSC en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35", publicado por el Observatorio.

El repaso de la situación actual de la RSE en nuestro país, en la Unión Europea y en el mundo, obliga a promoverla con ahínco, tras haber contrastado algunas visiones encontradas sobre las perspectivas de su futuro. El seguimiento de la lenta pero segura evolución de este fenómeno, más allá de la investigación científica en el marco del proyecto DESAFÍO DER2012-36510, obliga, sin duda, a emplazar a todos aquellos interesados en su aplicación práctica para una próxima edición del Encuentro, no sin antes agradecer su buena disposición a todos quienes han hecho posible que se haya celebrado esta primera.

Yolanda Sánchez-Urán Azaña, María Amparo Grau Ruiz y José Ignacio López Sánchez



Cámara
Madrid





Cámara
Madrid



¿Cómo medir la RSE? ¿Son las empresas españolas socialmente responsables?

Isabel López Triana

Socia Directora de Responsabilidad y Gobierno Corporativo Villafañe & Asociados

(Diapositivas de su presentación en la página 63)

El cambio de racionalidad empresarial en el nuevo milenio, enfocado en la creación de valor para todos los *stakeholders* y no solo en la maximización de resultados económicos, integra la ética y la responsabilidad como requerimiento imprescindible para la sostenibilidad de las compañías.

La responsabilidad entendida como el compromiso de mantener un comportamiento autoexigente con todos los *stakeholders* de la empresa, integrado en la estrategia empresarial y en línea con los objetivos de negocio requiere evaluar y medir el estado actual para poder definir estrategias y gestionar de forma eficaz los aspectos de mayor generación de valor.

Existen numerosas herramientas externas desarrolladas por terceros que evalúan la responsabilidad de las compañías o que sirven de guía para su implantación o medición, y herramientas internas desarrolladas por las propias compañías para evaluar su gestión de la responsabilidad corporativa y mejorar su desempeño.

En época de crisis la responsabilidad corporativa es una alternativa válida para recuperar el clima de confianza necesario en la actividad económica y el mantenimiento y mejora del bienestar social. Mucho se ha hablado de si las políticas de Responsabilidad se han visto afectadas por la crisis y si las compañías han dejado de lado este importante driver de gestión pero, a pesar de que pueden tener algo de cierto ambas afirmaciones, existen pruebas que demuestran que todo no es de color negro. Una hipótesis que ponen en duda los siguientes hechos:

- Más del 30% de los mayores inversores Institucionales del mundo valoran criterios extrafinancieros relacionados con el gobierno corporativo, la ética en los negocios, el riesgo medioambiental o la relación con la comunidad a la hora de construir sus carteras de inversión.
- España mantiene su presencia en los rankings de sostenibilidad. Si revisamos los datos de los principales rankings de sostenibilidad, España continua ocupando puestos relevantes en los principales monitores. Destaca su presencia en *The Sustainability Yearbook*, elaborado por RobecoSAM y que analiza más 2.000 compañías que cotizan en el Dow Jones *Sustainability Index*, En este ranking, que es referencia mundial para medir las empresas que destacan por su gestión de la sostenibilidad y que a la vez representan una oportunidad de inversión de sostenibilidad, en 2013 España se posiciona en cuarto lugar entre los países con mayor número de empresas en la categoría Gold Class en sus respectivos sectores.



La Responsabilidad Social como creación de valor compartido

Clara Bazán Cea

Directora de Responsabilidad Social de Mapfre

(Diapositivas de su presentación en la página 79)

La Responsabilidad Social es un compromiso voluntario y estratégico que busca generar valor para la empresa y, al mismo tiempo, para todos sus grupos de interés. Entender la RS como un principio de reciprocidad entre la compañía y sus *stakeholders* es la clave del éxito en un progreso compartido. En este sentido, MAPFRE analiza las expectativas de sus grupos de interés con el objetivo de mirar hacia el futuro con mayor confianza. Es en este momento, cuando “emprender” se convierte en el motor del cambio económico y social, cuando MAPFRE ha puesto a disposición del cliente, emprendedor y/o autónomo, una serie de servicios a su disposición así como productos aseguradores competitivos este colectivo. Nuestros programas de fidelización, orientados a clientes empresas y autónomos, incluyen entre otros servicios, asesoría en responsabilidad social, ofrecida por el equipo interno de MAPFRE. Porque si es buenos para nosotros, también lo es para nuestros clientes y, si es bueno para ellos, para nosotros también.



Cámara
Madrid



NH Hoteles, empresa responsable del sector Turismo

Marta Martín Martín

Directora de Responsabilidad Corporativa de NH Hoteles

(Diapositivas de su presentación en la página 88)

NH Hoteles cuenta con una cartera de 391 hoteles urbanos y vacacionales, 58.853 habitaciones y servicios hoteleros en 26 países de Europa, América y África. Con su presencia en las principales ciudades se consolida como una de las cadenas hoteleras urbanas líderes en el segmento de negocios en Europa y con amplia presencia en América. Y gracias a su fuerte compromiso económico, social y medioambiental, la Compañía se ha consolidado a lo largo de los años como la empresa responsable de referencia del sector turismo.

Nuestra misión es ofrecer servicios de hostelería sostenibles, consistentes y eficientes para nuestros clientes, accionistas, socios, empleados y para la sociedad en general. Aspiramos a liderar el sector turismo en desarrollo sostenible y servir de inspiración para otros.

Nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa se basa en estas premisas y nuestro principal objetivo es ser cada vez más eficaces y excelentes en nuestro negocio, con una actuación basada en altos estándares éticos globales y sectoriales. Buscamos consolidar la presencia del Grupo en los mercados y maximizar nuestras ventajas competitivas de marca y posicionamiento sostenible para lograr sólidos resultados y poder responder de forma responsable a todos nuestros grupos de interés.

En los últimos siete años, nos hemos enfocado de forma estratégica en el desarrollo de un compromiso responsable en todos estos ámbitos y hemos comprobado que ser sostenibles nos aporta importantes beneficios. Tras años trabajando en planes de acción sociales y medioambientales, podemos confirmar que estas prácticas no sólo nos han permitido reducir costes, innovar para ser más eficaces, desarrollar competencias entre nuestros empleados y aportar valor social; sino que también nos otorgan una diferenciación de marca ante nuestros clientes.

Por esta razón, y siempre en línea con la visión, misión y valores de la Compañía, nuestra estrategia es consolidar una cultura de responsabilidad en todos los niveles que nos permita ofrecer servicios sostenibles y excelentes. De este modo, nuestras políticas de Responsabilidad Corporativa se enfocan en todos y cada uno de nuestros grupos de interés: accionistas, clientes, proveedores, empleados, sociedad y medio ambiente.

Con nuestros accionistas trabajamos para generar una relación de confianza con un sólido compromiso de transparencia, especialmente en lo relacionado con la disponibilidad y acceso a información relevante de forma completa y veraz.

Por su parte, la satisfacción de los clientes es nuestra prioridad y por ello nos marcamos como objetivos facilitar los procesos, mantener la transparencia en las actuaciones, garantizar el trato y la calidad del servicio e innovar constantemente para responder a sus expectativas.



Cámara
Madrid



Los proveedores son nuestros socios clave para consolidar el compromiso de desarrollar soluciones sostenibles e innovadoras. En NH Hoteles estamos convencidos del valor de fomentar una relación cercana, accesible y sólida con nuestros *partners*, por lo que nos esforzamos en optimizar los recursos e implantar herramientas que faciliten la comunicación bilateral.

Asimismo, estamos convencidos de que los empleados son los principales actores de nuestra Responsabilidad Corporativa. Su compromiso nos permite seguir ofreciendo el máximo nivel en nuestros servicios y vivir un proceso de mejora continua. Por ello, damos una importancia prioritaria a la comunicación interna con carácter bidireccional, fomentando la formación, el desarrollo y su participación directa e involucrándoles en todas las iniciativas y proyectos de Responsabilidad Corporativa que lleva a cabo la Compañía.

Nuestra estrategia de Acción Social busca contribuir al desarrollo local con un compromiso y colaboración basados en nuestro propio negocio. En ese sentido, NH Hoteles apuesta por la creación de alianzas responsables y el trabajo en red para generar valor a partir de los servicios hoteleros, alineados con nuestro programa internacional de Acción Social *Up! for the People*.

Por otro lado, la eficiencia y el respeto al medio ambiente define nuestro enfoque sostenible e innovador integrado en todo el ciclo del negocio. Nuestros esfuerzos en este campo están siendo muy positivos. Prueba de ello son los resultados obtenidos en 2012, que superaron con creces los objetivos marcados en el Plan Estratégico Medioambiental 2008-2012. Esto ha sido posible gracias a la implicación de la alta dirección, de todos nuestros empleados y de los propios clientes.



Cámara
Madrid



La sostenibilidad impulsa el negocio de Enagás

Javier Perera de Gregorio

Director de Organización y RSC de Enagás

(Diapositivas de su presentación en la página 94)

1- El negocio de Enagás

Enagás es la compañía líder en transporte, regasificación y almacenamiento de gas natural en España y Gestor Técnico del Sistema Gasista español. El modelo de negocio de Enagás incluye 3 procesos clave:

- Construcción de infraestructuras.
- Operación y mantenimiento de infraestructuras.
- Gestión Técnica del Sistema.

La Actualización Estratégica 2013-2015 incluye la sostenibilidad como uno de sus ejes estratégicos:

- Priorizar el negocio *core*: activos regulados en España.
- Mejorar la política de retribución al accionista.
- Aprovechar oportunidades de crecimiento internacional.
- Sostenibilidad como impulso al desarrollo del negocio de la compañía.

2- La sostenibilidad en Enagás

Enagás entiende la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) / Sostenibilidad como: “la contribución activa y voluntaria de la organización a la mejora en los ámbitos económico, social y ambiental, que permite incrementar su valor añadido y adquirir ventaja competitiva”.

Para Enagás la RSC / Sostenibilidad es un instrumento fundamental para identificar e implantar mejoras en la organización que nos permitan adaptarnos al nuevo contexto económico y de mercado

La Estrategia de RSC de Enagás (Visión 2020) establece tres objetivos clave para impulsar los nuevos retos de la compañía, tanto en la gestión de activos en España, como en su crecimiento internacional:

- **Compañía segura y fiable:** la sostenibilidad debe servir para reforzar las señas de identidad de Enagás como empresa comprometida, segura y fiable.



- **Negocios sostenibles:** Enagás debe identificar oportunidades de hacer negocios sostenibles en una economía que será más baja en carbono.

Capacidades excelentes: Enagás debe apostar por disponer de recursos humanos con capacidades excelentes que permitan aprovechar las oportunidades de los nuevos mercados más competitivos

Cada uno de los objetivos estratégicos se desarrolla en líneas de mejora recogidas anualmente en el Plan Director de Calidad, Excelencia y Sostenibilidad, vinculado a la retribución variable de los empleados.

3.- El modelo de gestión sostenible de Enagás

El Modelo de Gestión Sostenible de Enagás constituye un instrumento fundamental para impulsar el cambio, a través de la innovación y la mejora en la Organización, con mecanismos de evaluación en los ámbitos de la Calidad, Excelencia, Sostenibilidad y gestión de grupos de interés.

Este modelo de gestión se basa en la integración de tres aspectos clave:

- **Modelo de Gobierno:** define las responsabilidades en materia de Calidad, Excelencia y Sostenibilidad en los diferentes niveles organizativos y que involucra a todas las Direcciones de la compañía.
- **Herramientas de evaluación:** para la identificación de mejoras en los diferentes ámbitos de gestión de la compañía y en la relación con nuestros grupos de interés.
- **Plan de acción:** donde se definen e integran las líneas de acción asociadas a los ámbitos de mejora identificados.

El esfuerzo de todos los que conformamos Enagás nos ha permitido avanzar día a día en la integración de la sostenibilidad en la gestión de la compañía y obtener hitos tan importantes en 2012 como: ser una de las **100 empresas más sostenibles del mundo** según el índice **Global 100** y líder del sector utilities; la única empresa española en el índice **Vigeo World 120** o haber recibido el **Sello de Excelencia Europea 500+ EFQM** (European Foundation for Quality Management), habiendo alcanzado la máxima distinción según este modelo.



Cámara
Madrid



La RSE desde Europa: algunas reflexiones para España

Germán Granda

Director General de Forética

(Diapositivas de su presentación en la página 124)

Tras la aprobación de la estrategia Europa 2020, que promueve un crecimiento sostenible, inclusivo e integrador de la región, la Comisión Europea publicó la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de Regiones que lleva como título “Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas”.

En dicha estrategia se establece, además de una nueva definición de responsabilidad social de las empresas (RSE), trece compromisos de la Comisión Europea, una propuesta legislativa para el *reporting* de RSE y cinco invitaciones a gobiernos y otros grupos de interés para que se incorporen a la estrategia.

Además, en los últimos años han surgido en Europa diferentes estrategias y planes de acción nacionales en materia de RSE entre los que destacan el plan de acción del gobierno de la república federal de Alemania o el plan del gobierno danés. Ambas estrategias resultan interesantes por trabajar de forma decidida y coordinada con la estrategia de marca país al trasladar acciones que apoyen la credibilidad de las empresas tanto alemanas como danesas como organizaciones donde además de la calidad de sus productos y servicios se encuentren atributos como la transparencia, la fiabilidad o la innovación al contribuir a resolver retos sociales y ambientales. La nueva estrategia europea resulta relevante en este momento para guiar y coordinar las políticas de RSE de los gobiernos nacionales, evitando así aproximaciones divergentes y, por tanto, contraproducentes.

En España la Ley de economía sostenible (LES) y la creación del Consejo Estatal de RSE (CERSE), han sido las iniciativas de calado para que España comenzara a incorporar desde el ámbito institucional un discurso y acciones en RSE. La nueva estrategia europea brinda a España la posibilidad para establecer su primera estrategia nacional de RSE en coordinación con la europea. Es el momento de revisar lo que se ha hecho y comprobar si existen aspectos en los que España pueda todavía ejercer cierto liderazgo así como constatar que la RSE en su concepción de aunar eficiencia, innovación y competitividad puede ser, como señala la estrategia europea, un argumento de gran potencial para contrarrestar la crisis.



La RSE en España: una propuesta para Europa

Aldo Olcese

Miembro de la Real Academia de Economía - Consejero independiente del Consejo Estatal de la RSE (CERSE)

INTRODUCCIÓN

La Comisión Europea a través del Comisario de Mercado Interior Michel Barnier ha encargado este informe sobre La Responsabilidad Social de la Empresa en España, en el marco de la celebración en el año 2012 del 20 aniversario de la creación del Mercado Único Europeo.

En cada Estado miembro de la UE se han realizado actividades para conmemorar las efemérides durante 2012. A propuesta del Delegado de UE en España Francisco Fonseca, el Comisario Barnier aceptó que en nuestro país se elaborase un informe sobre la cuestión que desde España ha contribuido de forma mas positiva y sobresaliente a la consolidación del Mercado Interior y en la que nuestro país ha mantenido una posición de liderazgo a nivel europeo. La aportación mas destacada de España ha sido la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), objeto del presente informe cuya redacción y dirección se encargó a Aldo Olcese, uno de los más reconocidos y reputados expertos en la materia en España, tanto en el orden conceptual como práctico.

1. CONTEXTO

En el Capítulo 1 se analizan las iniciativas Públicas y de la Sociedad Civil que han contribuido a desarrollar una RSE sobresaliente en el contexto español.

- Algunas normas ayudan: Aun siendo la RSE una materia más ligada a la voluntariedad de las empresas, hay que reconocer que la actividad Normativa tanto Europea como Española, y el conjunto de recomendaciones de la UE a lo largo de la ultima década, han contribuido notablemente a la correcta y significativa implantación de la RSE en España, que ha sido pionera en el contexto Europeo en la aprobación por Ley del Consejo Nacional de la RSE y de la Ley de Economía Sostenible. Ello no obstante, la experiencia vivida hace aconsejable reformar el Consejo Nacional para transformarlo en una iniciativa de carácter más privado y menos intervencionista, más apropiado a la naturaleza de la RSE. Asimismo, la ley de Economía Sostenible debería evolucionar modificando los aspectos menos alineados con la necesaria independencia en la gestión empresarial y las leyes Autonómicas en la materia deberían modificarse en defensa de la unidad de mercado.

- Impulso de la sociedad civil: Cabe destacar en todo caso, que la influencia y el impulso de la Sociedad Civil española ha sido el verdadero motor del cambio en el paradigma de la RSE. Numerosas



Cámara
Madrid



han sido las Instituciones, Asociaciones y Entidades privadas que han trabajado a lo largo de los últimos años en la implantación y el desarrollo de la RSE en el sector empresarial español.

- Éxito en las grandes empresas: Como consecuencia de ello se ha producido un avance destacado en la RSE de las grandes empresas españolas, que ocupan posiciones de liderazgo en muchos de los estándares internacionales de calidad y excelencia de RSE, siendo el país europeo que mas multinacionales concentra en la cabeza de los rankings internacionales de RSE y de Sostenibilidad. La creciente actividad empresarial en Iberoamérica de las empresas españolas ha ayudado en el proceso, gracias también al impulso que los Gobiernos de un buen número de países Latinoamericanos han llevado cabo en materia de RSE. La apuesta española por las Energías Renovables ha contribuido de manera significativa en el éxito de nuestras empresas en el campo de la sostenibilidad. Hay camino pendiente de recorrer en las Pymes españolas que en el campo de la RSE presentan todavía poca actividad y falta de compromiso.

- La divulgación y la enseñanza son cruciales: El sector educativo español también ha sido ejemplar en el tratamiento de la RSE y en su adecuada divulgación, siendo el país de la UE que mas Catedras de RSE tiene en sus Universidades, y con más programas de alta dirección sobre RSE y Gobernanza en las Escuelas de Negocios. Especial implicación ha tenido la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras que definió la Nueva Economía de la Empresa Responsable y Sostenible basada en la RSE y la buena Gobernanza.

- Disfunciones en lo financiero: Pero no todo ha sido positivo en el camino de la RSE en España. En efecto, la crisis del sistema financiero ha dado muestras de una implantación inadecuada de la RSE y mala praxis en la gestión del gobierno corporativo en una parte vinculada a la clase política que dominaba la gestión de las Cajas de Ahorro, llegando a representar casi el 50% del sistema financiero nacional. Afortunadamente los Grandes Bancos españoles estuvieron al margen del problema y han contribuido notablemente al sostenimiento del sistema financiero en su conjunto.

- Mal la política: Asimismo la buena gobernanza publica, tanto en su sector empresarial como institucional, ha dejado bastante que desear, ya sea a nivel del Estado Central como en las Autonomías, Ayuntamientos y Partidos Políticos, donde la corrupción y el derroche han sido protagonistas de primera línea aunque no generalizada. Se esperan esfuerzos significativos del nuevo Gobierno en este campo, ya que el país y el pueblo español lo necesitan tanto como lo exigen. Una Ley de Transparencia en la Gestión Pública está en curso de aprobación en el Parlamento Español. Se propone establecer un programa de la Unión Europea cuyo foco sea la innovación y el fomento de la Responsabilidad Social en las Administraciones Públicas en Europa, con parecida ambición a lo que ha representado el Programa LIFE para los temas ambientales.



2. IMPORTANCIA DE LOS ESTÁNDARES

En el Capítulo 2 se analiza el papel de los Estándares Internacionales e Índices de referencia en RSE a nivel mundial, que han contribuido a su implantación y forman el eje fundamental del desarrollo de la RSE en el mundo y en España.

- **Riesgos de involución:** Existen riesgos de involución de la RSE si, como parece, se afianza una dispersión de diferentes estándares internacionales en torno a los EEUU y a La UE, debilitando la fuerza del Global Reporting Initiative (GRI) como estándar de referencia mundial, que ha costado muchos años y esfuerzo afianzar.

La proliferación de estándares, requerimientos e índices de RSE crea confusión en las empresas y paraliza su acción, al tiempo que facilita el seguimiento de estándares y *benchmarks* "a la medida", que impiden un adecuado seguimiento de las recomendaciones y dificultan su medición en la implantación efectiva en las empresas.

- **Apoyo al reporte integrado y único:** Hay que apoyar y fomentar el Reporte Integrado como herramienta de transparencia global y medición internacional y consolidar la posición del GRI como estándar de referencia mundial. El reporte conjunto de las cuestiones económico-contables, ambientales y sociales, junto al Gobierno Corporativo permitirá la adecuada comprensión del valor de las Empresas (*Corporate Value*) y el entendimiento certero de sus estrategias y visiones corporativas. La auditoría hoy existente solo en el ámbito económico contable, tenderá a extenderse al resto de los elementos de reporte.

3. ACELERADORES DE LA RSE

En el Capítulo 3 se analizan y se ponen en valor los elementos aceleradores de la RSE. Aquellas actividades y prácticas hoy existentes que se consideran claves para la mejor consolidación y desarrollo de la RSE a nivel mundial.

Se ofrece una visión comprometida y avanzada, desde la experiencia española en esas cuestiones esenciales.

- **Mejor gobernanza:** La mejora del Gobierno Corporativo y su transparencia son la base para afianzar y desarrollar adecuadamente la RSE. Sin el compromiso y la convicción plena de los máximos Órganos de Gobierno de las empresas ello no será posible.

Hay mucho que cambiar y mejorar en la configuración de la diversidad de competencias y el sistema de elección de los Consejeros Independientes.

Asimismo es fundamental añadir transparencia en el proceso de conformación y aprobación de las remuneraciones de los altos dirigentes empresariales y de las operaciones vinculadas que producen conflictos de intereses entre las empresas, sus gestores y sus accionistas y en las diferentes categorías de estos entre sí (accionistas de control y minoritarios).



El ejercicio responsable y obligatorio del voto por los accionistas institucionales (que representan a miles de accionistas a través de Fondos o Sociedades de Cartera) será otra pieza fundamental de la legitimación de un capitalismo financiero más humanista pero no menos economicista, en el que los nuevos capitalistas no pueden hacer dejación de sus funciones de supervisión y control de las empresas, ni dejarlas sólo en manos de los gestores, por muy eficaces que éstos sean.

Hay que apoyar el *EU Corporate Governance Action Plan*, cuyo desarrollo está previsto en 2013.

- **El dinero sigue a los estándares:** La **Inversión Socialmente Responsable (ISR)**, sigue siendo clave para movilizar el dinero hacia las empresas que son sobresalientes en RSE siguiendo los mejores estándares de recomendaciones y medición, que son la autentica clave (Ej. GRI).

- **Quien compra manda:** Las compras **Públicas y Privadas Socialmente Responsables** se tienen que potenciar urgentemente, pues representan el autentico catalizador y la mejor correa de transmisión de la RSE en las Pymes y en buena parte de la cadena de valor empresarial.

Conllevan asimismo un efecto expansivo de la RSE que crece y permea en el conjunto de la Sociedad Empresarial, extendiéndose incluso entre aquellas empresas que no la practican.

- **Nueva competitividad:** La **Ecoeficiencia Energética** y el Cambio Climático están conformando una nueva manera de entender la productividad y la competitividad en correlación directa con la unidad de carbono y las tecnologías limpias. A pesar de las dificultades financieras para su financiación estas prácticas seguirán configurando el modelo empresarial de mayor crecimiento y más sostenido, en el futuro.

- **Ciudadanos responsables:** El **consumo responsable**, representa la extrapolación más eficiente de la RSE al consumidor, el grupo de interés más numeroso y claramente determinante para el futuro de la RSE. Los ciudadanos responsables y conscientes de la importancia de la RSE han de configurarla en el futuro, incorporando fundamentos y dimensiones nuevas y validando procesos y métricas con sus actos de consumo. Aquí es donde el papel de las Administraciones públicas se hace central, junto a la empresa, para introducir y enseñar al consumidor en el consumo responsable y sus consecuencias. Representa sin duda la expresión más sublime del dialogo con los Grupos de Interés, clave en la potenciación de la RSE.

- **Creación inteligente:** La **Innovación Responsable** representa el factor de competitividad crítico para el futuro del modelo económico en el que se sustenta la economía de mercado. La productividad mediante mejoras de innovación, no podrá garantizar un crecimiento sostenido ni sostenible si no se fundamenta en la responsabilidad y la ética. El Spain 20.20 esta marcando la pauta para generar empleo y crecimiento en el contexto de las TICs sostenibles, y el desarrollo científico vinculado a la RSE de las empresas será un generador de progreso tan valioso como irrenunciable.

4. NUEVO IMPULSO



Por último, en el Capítulo 4 el informe realiza unas propuestas avanzadas y comprometidas sobre reformas y complementos de dimensiones existentes de la RSE y propone nuevas dimensiones de la RSE para que sean introducidas en las recomendaciones y métricas de los estándares internacionales. En ambas dimensiones se presentan recomendaciones y métricas para su debate y adopción posterior en el mundo de la empresa.

- **Mejorar lo existente:** Por lo que se refiere a las dimensiones existentes que se mejoran y adaptan a las nuevas realidades, se toman en consideración las siguientes.

- **Las personas son clave:** Los Recursos humanos responsables han de dar respuesta hoy en día a nuevos conceptos relacionados con la igualdad de oportunidades, la conciliación de la vida personal y profesional, la empleabilidad a través del *Outplacement*, el desarrollo del liderazgo y del talento mediante el *Coaching* y las técnicas de adaptación al cambio, a la gestión del conflicto y la orientación hacia los grupos de interés.

Del mismo modo deben atender a las nuevas formas de trabajo como el teletrabajo y la repartición del trabajo mediante puestos compartidos, que permitan sobrevivir a situaciones de crisis empresarial y ayuden a conciliar la vida laboral y familiar.

- **Compartir:** Una nueva Acción social fundamentada en el principio de "compartir valores para crear valor" basada en el voluntariado corporativo, la diversidad cultural y los negocios inclusivos, que generen identidades compartidas y nuevos mercados donde convergen los sectores empresarial, social y gubernamental. Hay que fomentar la *EU Social Business Initiative* como herramienta de apoyo en esta materia.

- **Ambición sana:** En cuanto a las nuevas dimensiones de RSE hoy inexistentes, cuyas recomendaciones y métricas se proponen por ser problemas comunes en Europa y en una gran parte del mundo, tenemos las siguientes:

- **El futuro está en la formación:** Educación y RSE, un nuevo concepto que ha de vincularse a las empresas, a la vista del déficit de recursos públicos para financiar la educación pública, que está volviendo a crear discriminaciones impropias de la democracia y a las que la Sociedad Civil Empresarial debe salir al paso.

Las empresas por su propio interés deben cuidar los diferentes procesos educativos (Universidad, Formación Profesional y Educación Básica) para que el sistema educativo provea al sistema empresarial de los titulados adecuados al desempeño profesional que las empresas requieren para afrontar los nuevos retos. No se trata de altruismo sino de posicionamiento estratégico.

- **Luchar contra corriente:** Empleo juvenil y RSE. Esta nueva dimensión de la RSE nace del fracaso constatado de las políticas públicas para el fomento del empleo juvenil.



Nuevos programas de RSE-Empleo Juvenil han de vincular la creación de puestos de trabajo para jóvenes y la liberación de posibles prejubilaciones anticipadas, de modo que se eliminen los factores limitantes de la creación de empleo en época de crisis.

Una especial atención ha de prestarse al empleo para Jóvenes con discapacidad (JcD) cuya exclusión social es aun más dramática si cabe.

Las empresas necesitan crear empleo juvenil que favorezca la productividad, la movilidad y la internacionalización necesaria de sus actividades.

Emprendimiento. En un momento de destrucción de actividad y cierre masivo de empresas es crucial fomentar el emprendimiento entre los jóvenes para crear autoempleo y riqueza.

- **Somos todos: La Discapacidad y la Dependencia** se abren paso como elementos significativos de la RSE-DD, en un contexto en el que nuevamente la crisis generalizada rebaja las prestaciones necesarias para los colectivos afectados que representan porcentajes de la población muy elevados en toda Europa. Hay que entender y asumir que "dependientes en potencia somos todos, por el paso de la edad y el alargamiento de la esperanza de vida..."

El mundo de la empresa tiene una oportunidad única acercándose desde una perspectiva de RSE-DD a las preocupaciones y a los sentimientos de millones de personas que constituyen una categoría creciente de grupo de interés específico y generalizado entre los clientes. La presentación al mercado de productos y servicios vinculados directa o indirectamente a la Dependencia y a la Discapacidad, serán una constante en el futuro inmediato.

- **Acabar con los abusos: La Competencia desleal y el abuso de posición dominante** son prácticas extendidas entre las grandes empresas, que no parecen configurar una buena RSE. Pagar las multas de los Tribunales de la Competencia para seguir realizando las prácticas anticompetitivas, produce una deficiente formación de los precios y una incorrecta prestación de los servicios, y no se corresponde con la concepción de empresa responsable y sostenible.

- **Pagar lo justo: Una Fiscalidad Responsable** que evite riesgos de gobernanza y reputacionales debe configurarse entorno a buenas prácticas de RSE, ofreciendo a los grupos de interés la seguridad de que los impuestos de las empresas se pagan en la cuantía adecuada, y en los lugares que por el desempeño de las actividades y la generación de los resultados corresponde. La rendición de cuentas incluidas las fiscales debe ser consistente con los principios de buen gobierno y transparencia, propios de otras dimensiones convencionales de la RSE.

- **Basta ya: La Comunicación responsable** parece ser consecuente con el concepto de empresa responsable, que no se concilia bien con la financiación de la información basura, desde la que se atenta, con el dinero de las empresas anunciantes o patrocinadoras, contra los derechos esenciales de las personas (derechos al honor, a la propiedad intelectual etc.), por lo que reciben de forma recurrente condenas de los tribunales de justicia.

Las empresas deben seriamente plantearse alinearse con la defensa de los principios y valores que han configurado la identidad socio cultural europea y española, que siempre nos ha distinguido de otras culturas o civilizaciones y que se ve amenazada por la proliferación creciente de la información basura, descontrolada e ilegal, la mayor parte de las veces.



Cámara
Madrid



Adicionalmente se vulneran con frecuencia los principios básicos de la transparencia informativa, manipulando la información de manera tendenciosa e interesada con fines que distorsionan la correcta formación de los precios que representan el valor de las empresas y de sus productos y servicios.

- La empresa mecenas: Por último una nueva manera de entender la **Filantropía, el Mecenazgo y el Patrocinio** se configura como una potente palanca de gestión empresarial relacionada con la RSE.

La defensa y el desarrollo del patrimonio cultural y el fomento del deporte son cuestiones que forman parte de los sentimientos ciudadanos.

Adicionalmente la escasez de recursos públicos está produciendo un deterioro de estos elementos esenciales para la convivencia ciudadana y para el sentimiento colectivo de pertenencia a una nación y a sus signos de identidad.

Las empresas se enfrentan a una oportunidad positiva si adoptan políticas de Mecenazgo y Patrocinio en un contexto de RSE.



Cámara
Madrid



La institucionalización de la RSE

José Eugenio Azpiroz Villar

Presidente de la Comisión de Empleo y Seguridad Social del Congreso de los Diputados

En el año 2004, hace casi una década, se constituyó en el Congreso de los Diputados la Subcomisión Parlamentaria para potenciar y promover la responsabilidad social de las empresas. Creo sinceramente que la Subcomisión, sus comparecencias, recomendaciones y conclusiones -publicadas en un libro a fin de 2006- supuso el inicio de la institucionalización de la responsabilidad empresarial en España.

Aunque podamos considerar que el debate sobre la RSE llegó tarde a España es lo cierto que cuando la subcomisión efectuaba su trabajo la Unión Europea se encontraba trabajando sobre su Libro Verde y el gobierno estaba a la espera del Informe de expertos sobre la responsabilidad social empresarial.

Han transcurrido unos años y parece que las cosas relacionadas con la responsabilidad social empresarial están cambiando mucho. Antes los mayores debates y problemas se referían básicamente a la adecuada verificación de la propia existencia y práctica de la responsabilidad social empresarial así como a los elementos, parámetros e índices de medición, valoración y objetivación de las memorias de RSE y los criterios de realización de auditorías. Hoy, por ejemplo, podemos manifestar que diecisiete importantes empresas españolas han sido seleccionadas en el índice “Dow Jones de sostenibilidad”, creado en 1999; seguro que de estas cuestiones se podrá explayar –con mucho más conocimiento de causa que el mío- D. Miguel Ángel García Martín, Director General del trabajo Autónomo, de la Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas en su intervención posterior a esta mesa redonda..

En nuestro país ha supuesto un reconocimiento y un impulso a la RSE la Ley de Economía Sostenible, del año 2011, en cuyo artículo 35 prevé la elaboración de memorias de sostenibilidad en las sociedades mercantiles estatales, mientras que el artículo 39 se refiere a la importante cuestión de la promoción de la RSE por parte de la Administración Pública y, también, en las Pymes.

Por otra parte, el Consejo Estatal de Responsabilidad Social es el órgano donde se encuentran representadas las empresas, los sindicatos, las Administraciones Públicas y diversas organizaciones sociales, en el cual –de acuerdo con las recomendaciones de la Comisión Europea- debe desarrollarse un Plan Nacional de RSE como instrumento único de todo el territorio, todo ello desde el principio de voluntariedad.

En este sentido creo que conviene resaltar que el Plan Nacional de RSE debe preservar no solo la voluntariedad sino, también, su carácter territorial único, la defensa de la unidad de mercado. Y traigo esta cuestión a colación porque me parece importante y además porque nos encontramos ya con una Ley autonómica, la Ley 15/2010 de 9 de diciembre de la Comunidad Autónoma de Extremadura – iniciativa que no debe quebrar la acción necesariamente común en esta materia - mientras que, por otro lado, nos encontramos con el Anteproyecto de Ley sobre una futura regulación sobre unidad de mercado que busca fortalecer nuestra competitividad, atraer la inversión extranjera y mejorar e

27



incrementar el trabajo de nuestros emprendedores, evitando que las empresas se vean obligadas a comercializar distintas versiones de un producto o a obtener certificados (incluidos los de responsabilidad social empresarial) o autorizaciones diferentes según dónde quieran operar.

Siendo la denominación de este I Encuentro Internacional “Emprender desde la RSE en el mercado global” quiero aludir a la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013/2016 presentada el pasado 12 de marzo por el Presidente del Gobierno y en cuyo punto 7 se refiere a la “adhesión a la estrategia” por parte de empresas públicas y privadas, entidades locales, comunidades autónomas y todas aquellas organizaciones que pongan en marcha actuaciones cuyos resultados redunden en facilitar el acceso de los jóvenes al mercado de trabajo por la vía de la contratación o el emprendimiento y que adquieran un compromiso formal de cumplimiento de las mismas. La adhesión será, por supuesto, voluntaria y se formalizará a través del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Quienes se incorporen a la estrategia, de acuerdo con las condiciones que se establezcan para ello, podrán utilizar el sello o distintivo propuesto en la misma, sello distintivo de la acción y responsabilidad social de esa entidad.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL AMBITO INTERNACIONAL

En junio de 2011, el Consejo de Derechos Humanos de la ONU aceptó el llamado Informe Ruggie (del que es autor John Ruggie) que establecía un marco de actuación de las empresas transnacionales y el respeto a los derechos humanos con el Marco conocido como “Proteger, Respetar y Remediar”, es decir, los principios rectores sobre empresas y derechos humanos. En octubre de dicho año la Unión Europea aprueba la Estrategia para 2011-2014 sobre responsabilidad social de las empresas en la que se insta a los Estados miembros a desarrollar un plan Nacional que implemente los principios rectores de Naciones Unidas sobre empresas y derechos humanos.

Hace escasos días, una vez más, se produjo una tragedia con más de mil ciento veintisiete muertos, dos mil cuatrocientas treinta y ocho heridas y un centenar de desaparecidos en una factoría textil de Bangladesh. No es la primera vez que sucede aunque no de una magnitud tan grande y tremenda como la que comentamos Desgraciadamente, anteayer sin ir más lejos, ocurrió una nueva catástrofe en China - como tantas otras producidas en empresas con inadecuadas medidas de seguridad en el trabajo (parece ser que en este caso la estrechez de las puertas produjo que muchos operarios no pudieran evacuar el centro incendiado) – lo que se tradujo en que dos centenares de trabajadores han pagado con su vida tan inadmisibles situación.

El pasado 25 de abril coincidí en una mesa redonda celebrada en Zaragoza sobre “*empresarios, profesionales y autónomos*” con el representante de la Cámara Hispano-Brasileña, con el Consejero Económico y Comercial de la embajada Eslovaca y con D. Antonio Bustos, cónsul de Bangladesh en Aragón. Todos naturalmente intervinieron planteando los factores y elementos más atractivos para la inversión extranjera en sus respectivos países. El cónsul nos informó de cómo se lleva produciendo desde hace un tiempo un proceso de deslocalización de empresas manufactureras, especialmente del sector textil, desde China a otros países singularmente al que él representa. Las previsiones de crecimiento, inversión y asentamiento de nuevas empresas en Bangladesh no son ajenas al dato retributivo que nos proporcionó; el salario medio en China es de 340 \$ mientras que el sueldo medio en Bangladesh cae hasta los 60 \$, casi una sexta parte.



Cámara
Madrid



Datos referidos por los medios de información a partir de esta tragedia señalan que el salario de un trabajador textil no cualificado, trabajadores mayoritariamente de origen campesino y rural, alcanza escasamente los 38 dólares mensuales.

Estas desubicaciones empresariales por razones salariales - generalmente vinculadas, además, a una mayor permisibilidad laboral y a una menor exigencia en materias de seguridad e higiene en el trabajo - aun siendo legítimas - pueden acabar siendo inaceptables si no respetan los derechos fundamentales de los trabajadores y, en muchas ocasiones, causar tragedias irreversibles, cuando no graves deterioros en la salud de los hombres y mujeres que trabajan en esos talleres y fábricas.

Proteger, Respetar y Remediar son principios adecuados aun cuando no tengan un carácter obligatorio internacional, como algunos solicitan. Además parece que resulta más que conveniente necesario insistir en la necesidad de transparencia y fiabilidad de la información. Así debe indicarse claramente el lugar real de fabricación de los productos y evitarse la manipulación, el fraude y el engaño con recursos como “diseñado” u otros. Por otra parte, tanto por razones de origen, fundamentalmente, pero también de destino, deben evitarse artículos y productos fabricados con elementos tóxicos o nocivos; la exigencia sanitaria en pro del trabajador y del consumidor debe ser clara y contundente.

Hay que decirlo claramente no es admisible la utilización de productos altamente tóxicos, penosos y peligrosos que hace tiempo están prohibidos en todo Occidente pero que, lamentablemente, son de uso habitual en países como Bangladesh pese a sus resultados insalubres y, en muchas ocasiones, letales. No podemos endosar a los países subdesarrollados lo que no queremos, en modo alguno, para nosotros y en ello nuestras empresas, nuestras marcas, no pueden esconderse en sus proveedores o los que aquellos subcontratan.

Antes de proseguir quiero recordar lo que ya anticipaba la citada subcomisión parlamentaria en sus conclusiones (en la constatación número 28): *La creciente deslocalización de muchas empresas, transfiriendo sus procesos productivos a países con estándares medioambientales o sociales muy inferiores a los vigentes en nuestro país, constituye una amenaza para el desarrollo de las políticas con enfoque RSE. Esta amenaza puede ser conjurada o, incluso, transformarse en una oportunidad si las empresas incorporan a sus decisiones de relocalización un modelo de gestión que adopta una perspectiva de RSE acorde con la realidad económica y social de los países en los que se instalan.*

Quiero resaltar en este sentido que, a iniciativa del Grupo Parlamentario Socialista, se planteó el pasado 21 de mayo una Proposición no de Ley para su tramitación ante el Pleno del Congreso de los Diputados sobre Responsabilidad Social Corporativa y Derechos Humanos de la que es autor y eficaz defensor el diputado D. Ramón Jáuregui. La iniciativa se debatió y dio lugar a un texto transaccional con el Grupo Parlamentario Popular, con mi compañera Carmen Álvarez Arenas, y con el grupo de CIU al que luego se sumaron varios grupos más y concitó la práctica unanimidad del Hemiciclo..

En el primer punto de dicho acuerdo se insta al Gobierno a incluir los principios rectores de la ONU de proteger, respetar y remediar en el segundo Plan de Derechos Humanos. Sobre esta cuestión, “Plan Nacional sobre Empresas y Derechos Humanos”, el Gobierno tiene un cronograma en el que se prevé su



aprobación para fin del próximo septiembre. De hecho el 26 de junio se celebrará una sesión de trabajo en la que se aprobará el primer borrador.

Dicha enmienda transaccional, que consta de nueve puntos, insta –entre otras muchas cosas- a que en la futura Ley de Acción y Servicio Exterior del Estado así como en los Planes de Fomento de la Marca España se incluyan los principios rectores de Naciones Unidas sobre la que venimos hablando. Igualmente, a la elaboración de un informe jurídico sobre la posibilidad de acceso a la justicia en España de las personas afectadas por actuaciones de empresas españolas contrarias a los Derechos Humanos. O, apoyar la aprobación de la Directiva del Consejo relativa a la transparencia sobre información no financiera.

Por lo tanto, creo que esta iniciativa parlamentaria resulta de enorme importancia por cuando expresa la voluntad política prácticamente mayoritaria de actuar dentro del marco legal internacional y del respeto a la voluntariedad con decisión y con la determinación de establecer medidas que impidan a las empresas transnacionales la vulneración de los derechos humanos especialmente en los países subdesarrollados.

Hemos debatido mucho en esta última década sobre la RSE al principio fijando nuestra atención en las empresas españolas y, fundamentalmente, en el ámbito nacional, preocupación política – como acabamos de ver – se extiende en el ámbito internacional en una sociedad global.

INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA RSE

Decía hace unos momentos que, en mi criterio, el inicio de la institucionalización de la RSE en España comenzó con el trabajo y las recomendaciones que publicó la subcomisión parlamentaria creada para abordar esta importante cuestión.

Quiero diferenciar en este ámbito lo siguiente:

- La institucionalización pública de la RSE
- La institucionalización privada de la RSE
- La institucionalización internacional de la RSE
- La institucionalización social de la RSE
- **La institucionalización pública** en España ya ha sido reseñada. A nivel legal la Ley de Economía Sostenible, y fundamentalmente cuando esté plenamente desarrollado, el Plan Nacional de RSE; el Plan Nacional sobre Empresas y Derechos Humanos, también en proceso de conclusión; y el Consejo Estatal de Responsabilidad Social. A nivel parlamentario la citada subcomisión de RSE y sus conclusiones así como diversas iniciativas parlamentarias incluida la del pasado 21 de mayo, donde se avala y apuntala la importancia de la responsabilidad social empresarial, incluida en el ámbito internacional.



- **La institucionalización internacional** queda plasmada en el informe Ruggie aprobado por la ONU (y los planes nacionales que la desarrollan) y diversas directivas comunitarias entre otras las que afectan a la transparencia en la información.
- **La institucionalización privada o empresarial** se ha producido de una forma progresiva a lo largo de poco más de la última década. Conviene, no obstante, recordar que la que en otros tiempos se llamaba acción social de las empresas bien podría hoy llamarse responsabilidad social empresarial. Del mismo modo conviene distinguir con nitidez lo que hoy es responsabilidad social de lo que mera e interesadamente es exclusivamente marketing social, que algunas empresas realizan con habilidad.

El contexto actual es de un mayor compromiso social de las empresas de una progresiva asunción de la importancia de implementar acciones de responsabilidad social en sus empresas. Responsabilidad social que sólo puede emerger a partir del cumplimiento empresarial de modo estricto de sus obligaciones legales; sean laborales, fiscales, medioambientales, financieras o de cualquier otro tipo.

En este punto no podemos olvidarnos del tercer sector, de la economía social especialmente. Sociedades cooperativas y sociedades laborales reúnen en su esencia características propias de la RSE: mantienen sus empleos con flexibilidad, coparticipación y solidaridad y se muestran en los momentos de crisis como mantenedores de empresas y empleos pese a toda adversidad. Además, en sus empresas se produce una notable presencia de mujeres trabajadoras comparativamente mayor que en los demás sectores económicos, cuestión que sucede, igualmente, en cuanto a la mayor juventud de sus plantillas.

Realmente la creación de puestos de trabajo supone una auténtica y básica acción de responsabilidad social que permite a las personas ejercer su dignidad y obtener la autonomía económica que les permita vivir y actuar con libertad. La sociedad en su conjunto, por su parte, recibe la contribución positiva y solidaria de los que trabajan y su aportación fiscal a las necesidades del conjunto.

Desde esta perspectiva el autoempleo y el emprendimiento, que tanto está apoyando el actual Gobierno popular, suponen actos de responsabilidad social.

- **La institucionalización social** de la RSE. Creo que la ecuación *responsabilidad social/sensibilidad* social tiene un efecto inmediato en el desarrollo de la RSE. Los grupos de interés, los stakeholders, deben sin duda reivindicar en sus relaciones con las empresas un mayor grado de compromiso y de responsabilidad pero la sociedad puede y debe incrementar sus exigencias de responsabilidad en casos como el de las empresas transnacionales- por emplear la denominación de Peter Drucker cuando hace tan solo unas décadas comenzó a describir este nuevo fenómeno de la globalización- en cuanto a que los procesos productivos sean respetuosos con los derechos humanos, el medioambiente y la vida.



EN CONCLUSIÓN

Nos encontramos en un proceso de consolidación e institucionalización de la responsabilidad social empresarial aunque debemos ser conscientes de que esta no puede dar satisfacción ni solución a todos los problemas ni, tampoco sustituir el papel ni la responsabilidad que tienen los Estados y los Organismos Internacionales.

La creación de empleo y el favorecimiento del autoempleo y del emprendimiento constituyen elementos básicos y fundamentales de la responsabilidad social empresarial.

También, implican actos de responsabilidad social empresarial la de aquellos empresarios en plena crisis que continúan luchando por el mantenimiento de la plantilla, de los puestos de trabajo de su empresa, jugándose para ello en muchas ocasiones su propio patrimonio personal.

Como decía la subcomisión parlamentaria (conclusiones, directrices generales punto 4), *la finalidad última de las iniciativas públicas debe ser favorecer la existencia de un marco y de unos instrumentos para que una parte significativa y creciente de empresas incorporen la RSE en su estrategia, no coartando el desarrollo voluntario de la misma.*

En sentido contrario, aun entendiendo las difíciles circunstancias que vivimos, constituye un auténtico acto de irresponsabilidad social empresarial la práctica de la economía sumergida que además incurre en competencia desleal y en plena vulneración de los derechos laborales de los trabajadores y de carácter social con todos nosotros. La lucha contra el fraude fiscal y laboral, contra la economía sumergida, debe traducirse en planes administrativos contundentes y la imprescindible colaboración privada, de la sociedad civil.

A modo de síntesis considero que debemos plantearnos las siguientes cuestiones:

1.- A nivel internacional debe buscarse el **equilibrio**, a veces francamente difícil, entre el imprescindible respeto a los **derechos humanos** –dentro del marco conocido como “proteger, respetar y remediar”- y la necesidad de inversión extranjera en los países subdesarrollados, que les permita iniciar su **crecimiento, modernización y bienestar social** junto al trabajo y al futuro del que hoy carecen.

Ese equilibrio es esencial porque ni se puede consentir la violación de derechos humanos fundamentales en los países en subdesarrollo ni se les puede impedir su necesario crecimiento y su huida de la pobreza.

2.- Creo, en este sentido, que debemos acuñar el concepto de **Responsabilidad Global Corporativa** referido a las compañías transnacionales y las pautas y conductas con las que actuar. Una sociedad global requiere, también, de una acción de responsabilidad social global. La *sensibilidad/responsabilidad* de nuestra sociedad debe superar la estricta cuestión de los precios de los productos y tiene mucho más que decir en esta compleja materia.

3.- Realmente el desarrollo de una **ética de la responsabilidad** superadora de una ética utilitarista, por un lado, o libertaria, por el otro, es imprescindible para el necesario impulso de la responsabilidad social, sea a nivel nacional o global. Si la sensibilidad social es capaz de traducirse en una ética de la



responsabilidad y de la responsabilidad social empresarial o corporativa, aún desde la plena voluntariedad, tendrán un quehacer de importancia en nuestro mundo y se manifestará como una actuación competitiva de nuestras empresas en el marco de actuaciones mercantiles justas, así percibidas y valoradas por nuestras sociedades.

Considero que en el futuro inmediato será de enorme importancia dar respuesta adecuada a estas tres cuestiones que acabo de enunciar.



Cámara
Madrid



La institucionalización de la RSE

Pilar Lucio Carrasco

Diputado del PSOE por Cáceres en el Congreso de los Diputados

Ramón Jáuregui Atondo

Diputado del PSOE por Álava en el Congreso de los Diputados

Muchos de los precursores de la RSC consideran que la crisis, la rutina, las contradicciones internas de las empresas y los imponderables del mercado, han frenado gravemente sus expectativas de desarrollo. Se trata de una visión atribuida a quienes siempre hemos exigido a la RSE una ambición filosófica y social sobre el papel de la empresa, en el marco de lo que se ha llamado ciudadanía corporativa.

Esa decepción relativa no puede ocultar, sin embargo, a) que la RSC se ha instalado como un concepto irreversible en el ámbito de las empresas; b) que ha crecido enormemente en estos diez últimos años en todo el mundo y c) está cada vez más integrada en las estrategias de gestión de las empresas.

Pero, debemos reconocer que algunos factores están haciendo dudar sobre el desarrollo de la RSE.

- 1) La confusión conceptual y baja difusión social de la RSE.
- 2) La insuficiente formación y concienciación a los líderes empresariales. Falta de liderazgos visionarios en las empresas, o también falta de grandes líderes de empresas, reclamando y difundiendo RSE.
- 3) Las prácticas contradictorias e incoherentes de las grandes compañías que han devaluado y desprestigiado el concepto y la significación de la RSE.
- 4) La ausencia de censuras públicas y consecuencias sociales a la IRRESPONSABILIDAD de las empresas.
- 5) La ausencia notoria de valores “RESPONSABLES” en la sociedad sobre la que operan las empresas y, falta de vertebración de las organizaciones cívicas del llamado tercer sector.
- 6) La RSE no ha entrado a los Consejos de Administración y ha sido monopolizada por los Departamentos de Comunicación y Marketing (la RSE no es Acción social o filantropía).
- 7) El insuficiente o inexistente apoyo público y mediático a los promotores de la RSE.
- 8) La RSE no ha sido suficientemente valorada como una preciosa herramienta de competitividad. No se han destacado sus virtudes de adaptación a la sociedad de la comunicación y sus potencialidades para la innovación tecnológica, social y medioambiental.
- 9) La falta de un Relato omnicomprendivo de la RSE y de espacios colaborativos para su desarrollo.



Cámara
Madrid



10) La RSE exige estrategias para el medio y el largo plazo. La búsqueda de resultados en meses, frustra y ahoga las apuestas de RSE.

11) El poco o nulo desarrollo de la RSE en las Administraciones Públicas.

12) No hay bases culturales para una economía del bien común. Dicho de otro modo, ¿Qué se entiende por función social de la empresa?

13) Hace falta una mayor regulación y supervisión pública de la RSE y fomentar la exigencia ciudadana hacia las empresas.

Por todo ello, al hablar de desarrollo institucional de la RSE, debemos contemplar las necesidades actuales de la RSE:

1ª) En primer lugar, es necesario impulsar la RSE desde las políticas públicas. Fortalecer el discurso político en favor de esta concepción renovada y moderna de la empresa en el Siglo XXI. Desde el G-20 a los gobiernos locales, debemos exigir que la RSE forme parte de la salida de la crisis, de las políticas de competitividad, de la formación universitaria, de las escuelas de negocios, etc. La defensa de una economía al servicio de la sociedad, de una economía del bien común, acrecienta la cultura de la Responsabilidad de las empresas y exige a éstas “leer” el contexto en el que desarrollan su actividad y comprometerse en sus diálogos con la comunidad en la que operan.

2ª) Es necesaria una mayor regulación de todos los planos que acompañan a la RSE. Regulación pública y legal de los informes, de la verificación y de los reconocimientos públicos homologados. Regulación voluntaria por las empresas de la RSE en los diferentes sectores de actividad productiva (textil, energía, banca, etc.). Regulación legal de los estímulos a la RSE en compras públicas, adjudicaciones, etc. para evitar competencia desleal y premiar a las verdaderas empresas responsables. En este sentido, merece censura pública el abandono absoluto de las previsiones regulatorias contempladas en el Art. 39 de la Ley de Economía Sostenible de marzo de 2011, despreciada por el Gobierno actual.

3ª) España necesita un Plan Nacional de RSE y la dinamización de un Consejo Estatal de RSE. (El Gobierno ha accedido, a petición del Parlamento, a tener ese Plan, antes del verano de 2013).

4ª) La globalización productiva y el dumping social, han asentado una cultura de aceptación de la devaluación de las condiciones laborales en todo el mundo. Los mínimos legales en muchos países no se corresponden con el trabajo decente y la crisis económica y el desempleo, han ido estableciendo una especie de aceptación colectiva a la pérdida de derechos laborales en el mundo occidental. El sindicalismo no ha utilizado la RSE como una palanca de su dialéctica y, por tanto, existe un enorme camino en este campo para que los comportamientos laborales de las empresas puedan ser objeto de evaluación social.

Ni siquiera en la llamada “Economía del Conocimiento” se está avanzando en las mejoras laborales. Está constatado un crecimiento injustificado de los abanicos salariales y una constante transferencia de los beneficios desde el trabajo al capital. El aumento de la desigualdad en todos los países acompaña esta devaluación laboral. Las Relaciones Laborales deben ocupar un espacio central en la RSE. No se pueden consentir memorias y propaganda de RSE, con prácticas laborales indignas.



5ª) Los Derechos Humanos y la RSE. Naciones Unidas ha puesto en marcha su segunda gran apuesta a favor de la RSE. Al Global compact y a sus diez principios, se ha añadido desde 2008 el marco “Ruggie” para, PROTEGER, RESPETAR y REMEDIAR las vulneraciones a una interpretación ambiciosa y progresista de las grandes convenciones de la Dignidad humana y el trabajo decente: Convenio DDHH, OCDE y OIT. Potenciar e implementar este valioso instrumento nos hará avanzar notablemente en RSE.

6ª) La RSE ha crecido, en gran parte, por el énfasis que se ha puesto en la gestión de riesgos, sobre todo, reputacionales. Pero es el momento de preguntarse si los riesgos siguen preocupando, o mejor, si preocupan lo suficiente.

A la vista de lo que viene ocurriendo, a la vista de lo que ha destapado la crisis, sobre los comportamientos empresariales o de sus directivos, sobre las evidentes irresponsabilidades en el núcleo mismo del negocio de la actividad financiera y bancaria, debemos preguntarnos si hay suficiente sanción reputacional a esos fallos y a esos escándalos.

Pues bien, ha llegado la hora de reclamar desde la RSE, una mayor penalización individual y empresarial a la irresponsabilidad. En este sentido, unificar los observatorios críticos internacionales y dotarles de garantía y credibilidad, será un buen impulso a la RSE.

7ª) Es muy importante potenciar la ISR. La inversión socialmente responsable es, probablemente, uno de los mayores elementos tractores de la RSE. Las empresas reciben capital privado individual o colectivo, en función de la sostenibilidad de sus negocios, de la transparencia de sus actividades, de la información honesta y transparente que se da a sus accionistas, etc. Puede resultar en la actualidad uno de los factores más atractivos a la inversión en RSE. Los índices bursátiles de sostenibilidad y los rankings internacionales de transparencia y RSE, influyen poderosamente en las decisiones de inversión de Fondos de Pensiones, o Fondos Soberanos, o Bancos sostenibles, o Inversores exigentes de estas materias. Pero el fundamento de la ISR requiere políticas de estímulo, políticas de información, políticas de difusión de estos productos financieros y, sobre todo, requiere compromiso de las entidades financieras para su desarrollo. Son particularmente importantes los compromisos de los titulares de los fondos de pensiones en todo el mundo, porque sus exigencias sostenibles y sociales pueden determinar la orientación general de los fondos financieros.

8ª) Fortalecer las estructuras del llamado Tercer Sector, resulta también imprescindible para producir efectos en la respuesta social a los comportamientos de las empresas. ONG's, consumidores, medios de comunicación, líderes de opinión, etc., tienen que establecer una nueva dialéctica entre ciudadanos y corporaciones. Es muy significativo a este respecto el caso producido recientemente en España, a propósito de una reacción surgida en la Red contra las empresas que se anunciaban en un programa de TV, cuyo contenido resultó ofensivo para los espectadores. Cuando la reacción de protesta de la Red alcanzó un alto nivel social contra ese programa, los anunciantes decidieron abandonar su patrocinio y el programa se cayó de la pantalla. Desgraciadamente, la cadena de televisión inició acciones judiciales contra el ciudadano que suscitó la protesta en su Blog. Este dilema es fundamental para el futuro porque está afectando a las capacidades ciudadanas para condicionar el comportamiento social de las empresas.

9ª) Es necesario explorar en España la cultura de RSE del Reino Unido, basada en un diálogo con la Comunidad Local, como uno de sus principales *Stake-holders* de la empresa. “Empresa en la



Cámara
Madrid



Comunidad” puede ofrecer un interesante desarrollo de la RSE en un país en el que, no podemos olvidarlo, el paro, los atrasos en la cultura medioambiental de nuestros pueblos y los recortes que provocan grandes “agujeros” de la protección social, ofrecen a muchas empresas, excelentes oportunidades de RSE.

Este ámbito de reputación social directa y visible puede ser muy interesante para muchas empresas y muy útil socialmente en momentos de gran debilidad de los servicios públicos del Estado.

10ª) La crisis ha acentuado las exigencias de responsabilidad a los directivos y a las compañías. Estamos viendo a los directivos pasando por los juzgados y por los parlamentos. Los ciudadanos tienen que pagar los agujeros financieros de muchos bancos irresponsables. En plena crisis, los salarios de los directivos, sus bonos, sus millonarias pensiones e indemnizaciones, causan indignación. La fiscalidad de las empresas se reduce por su ingeniería fiscal, o porque se ubican en países con menor presión o simplemente se ocultan al fisco. Grandes empresas son multadas por prácticas ilegales. ¿Es todo eso admisible socialmente? ¿Es compatible con la RSE?

De la crisis no podemos salir con menos RSE, sino con más compromiso y rigor en la cultura de la RSE. No podemos admitir RSE que no lo es. No podemos admitir más incoherencias, más contradicciones y más falseamientos de la verdadera RSE. Debemos denunciar las manipulaciones mediáticas, la propaganda sin base y las prácticas irresponsables. Ha habido muchas y de muchas empresas reconocidas en RSE y líderes en índices de sostenibilidad. Si la RSE, sus instituciones, sus herramientas, sus defensores, no somos capaces de liderar una regeneración de la RSE, la crisis, los mercados, la naturaleza misma del beneficio, la especulación y sus prisas por obtener la ganancia, acabarán diluyendo este movimiento.

La consecuencia de todo este regeneracionismo que impulsamos, debe ser un movimiento de exigencia y de control de la RSE hacia los directivos y las empresas en todos los foros, en las memorias, en los medios y en todas las oportunidades de conectar a las empresas con la sociedad y a sus responsabilidades con los ciudadanos.



Cámara
Madrid



La institucionalización de la RSE

Sara Sieira

Letrada de la Comisión de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

Congreso de los Diputados.

(Diapositivas de su presentación en la página 135)

Los miembros de la Mesa y los Portavoces de la Comisión de Cooperación Internacional para el Desarrollo del Congreso de los Diputados vienen celebrando, durante el presente periodo de sesiones, una serie de reuniones con representantes de empresas multinacionales españolas que desarrollan su actividad en economías emergentes o en países en vías de desarrollo, para ser informados en materia de prácticas de responsabilidad social corporativa, en los entornos que interesan a la Cooperación española.

A este respecto, los diputados desean conocer las inquietudes y opiniones de las grandes empresas españolas acerca de la proyectada e inminente recepción en el ordenamiento jurídico español de los principios de Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos, conocidos como Principios *Ruggie*, en especial, sobre el alcance de la obligatoriedad de estas normas en la Planificación en materia de Derechos Humanos que el Gobierno de España acomete en la actualidad en respuesta a la Estrategia de la Unión Europea para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas, en la que están trabajando simultáneamente el Ministerio de Empleo y Seguridad Social y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación.

Por ser el objeto fundamental de las conversaciones mantenidas entre los miembros de la Comisión y las empresas, se abordará en el segundo de los grandes objetivos del Informe *Ruggie*, “la responsabilidad de las empresas de respetar los derechos humanos”, que comprende tres deberes: el compromiso político de las empresas, su deber de actuar con la debida diligencia y su deber de reparar.

1. Compromiso político. Códigos éticos, planes y políticas de sostenibilidad y de responsabilidad corporativa.

La primera exigencia, como principio operativo, del Informe *Ruggie* es que las empresas definan al más alto nivel de dirección su compromiso de respetar los derechos humanos. Esto es lo que en el Informe se conoce como compromiso político. A este respecto, las grandes empresas españolas poseen códigos éticos, planes estratégicos o políticas relativos a sostenibilidad y responsabilidad corporativa, están suscritas a iniciativas internacionales como el Pacto Mundial u otras sectoriales. También, de modo coincidente con la publicación del Informe *Ruggie* en 2011, se asiste a una redefinición y actualización de estos códigos y políticas para su ajuste a los principios rectores de Naciones Unidas. Estos documentos “políticos” son aprobados en el Consejo de administración y pueden vincular no sólo a los empleados de la empresa, tanto en la matriz como en todas las empresas del grupo, sino también, en la medida en que dichas obligaciones les son aplicables, a los proveedores y a sus clientes.

38



Normalmente existe en las grandes empresas un director global de las cuestiones de sostenibilidad y responsabilidad corporativa, que está integrado generalmente en el área de comunicación, marketing, reputación o marca. En cada país existen también equipos locales de RSC. Se han creado estructuras (“comités de ética” o similares) que permiten que tanto el Presidente como la alta dirección de las compañías reciban un reporte periódico sobre responsabilidad corporativa. Asimismo, pueden recibir asesoría de órganos externos, que en algunos casos, se integran de forma permanente en el llamado Consejo social de la compañía, integrado por personas y representantes de instituciones externas e independientes de prestigio en el área de los derechos humanos o de la sostenibilidad ambiental.

La acción social de las compañías, financiada y realizada a través de sus Fundaciones, como señal más visible de su compromiso en la práctica con derechos humanos, puede revestir diversas formas: desde las que dedican un porcentaje de sus beneficios a proyectos sociales, pasando por la existencia del voluntariado corporativo en algunas entidades, hasta la realización de negocios inclusivos, en colaboración con ONGs, que suponen inversión de la compañía en proyectos en los que no se busca a corto plazo una tasa interna de retorno, sino el beneficio de las comunidades que garantice la buena acogida de la empresa, pero que pueden abrir incluso posibilidades de expansión al negocio.

En este tipo de proyectos, las empresas españolas han desarrollado una labor de cooperación para el desarrollo, por sí mismas o en el marco de proyectos financiados públicamente, siendo las entidades más citadas la Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo, el Banco Europeo de Inversiones, el Banco Interamericano de Desarrollo, o el Banco Mundial.

2. Proceder con la debida diligencia.

Las evaluaciones de impacto de los proyectos son el instrumento fundamental de prevención. Cobran mayor relevancia cuando la actividad de la compañía supone un riesgo para la protección de los derechos humanos, como puede ser la financiación, producción o comercialización de armamento, o de energías contaminantes. Pero incluso en los supuestos en los que el negocio de la compañía no toca ámbitos especialmente sensibles, por el tamaño de los proyectos o la radicación de los mismos pueden producirse lesiones a los derechos de las comunidades. También la propia actividad de la empresa puede implicar, por el modo de producción que permite la normativa y la práctica administrativa en los países destinatarios de la inversión, una potencial lesión de los derechos de los trabajadores, bien de la propia empresa o bien de sus proveedores o contratistas. La obligación de realizar auditorías sociales o ambientales de los proyectos puede provenir de las propias normas internas de la compañía, o bien de la adhesión de la misma a iniciativas transnacionales globales o sectoriales, de las que la más conocida es el Pacto Mundial, o de la cotización en determinados índices de sostenibilidad que miden la buena gestión en materia de RSC. Esta labor de auditoría previa se lleva a cabo a partir de distintos instrumentos como pueden ser entrevistas, revisión documental, visita a las instalaciones, e informes de expertos internos y externos.

Asimismo, el deber de respetar los derechos humanos mediante la puesta en práctica de la diligencia debida, exige un seguimiento y control del desarrollo de los proyectos, y de las relaciones con proveedores, clientes y contratistas de la propia compañía, de manera que puedan identificarse los casos de incumplimiento de las normas políticas de la compañía en materia de derechos humanos.



De todas estas cuestiones se da cumplida cuenta en las memorias “de sostenibilidad” de las empresas, que aparecen publicadas en la página web de las grandes empresas españolas. Una de las variables a considerar en relación con eventuales futuras obligaciones en el ámbito de este tipo de información es, indudablemente, el tamaño de la empresa.

3. El deber de reparar.

Este deber se establece en los principios rectores tanto respecto de los Estados respecto de las vulneraciones de derechos humanos generadas en su territorio y jurisdicción, como respecto de las empresas. Consiste este deber, en lo que se refiere a las empresas (pues hay que recordar que este deber atañe también a los Estados) en la puesta en práctica planes y programas de acción correctivos. A este respecto cabe diverso tipo de iniciativas, como la exclusión de determinados proveedores o contratistas por no haber superado satisfactoriamente el control de la compañía, programas de regeneración medioambiental y colaboración directa con las comunidades para la prestación de servicios que redundan en la protección de los derechos de las personas y los trabajadores. Las grandes compañías poseen también capacidad para presionar a las autoridades de los países en los que invierten y que están menos avanzados en materia de protección de derechos, para la adopción, por parte de las autoridades, de normativa y controles que redunden en la protección de los derechos de los trabajadores o del medio ambiente.

Es evidente, por tanto, que los mecanismos extra estatales de reparación tienen en este ámbito un gran interés, especialmente los que ponen en práctica las empresas. Casi todas las grandes compañías poseen un canal de comunicación de eventuales vulneraciones de derechos de trabajadores, de consumidores, o en materia de medio ambiente, denominados canales de denuncia. Para la reparación, se trabaja directamente con las comunidades y autoridades locales, y estos procesos son informados por el comité de ética de la compañía. Existen asimismo asociaciones internacionales y plataformas de diálogo que estudian y establecen canales adicionales para la protección de los derechos humanos

Por lo que respecta al deber de los Estados de reparar, no existe en los Principios Rectores una obligación del Estado más allá de la adopción de las medidas para el establecimiento de mecanismos judiciales o extrajudiciales (arbitrales) para garantizar la protección ante las violaciones de derechos humanos cometidas en su territorio y jurisdicción.

En los casos de conflicto, en que la actividad de la empresas de distintas nacionalidades y en diversos lugares del mundo, ha podido causar importantes lesiones de los derechos humanos, y que la prensa viene recogiendo con creciente resonancia en los últimos años, se percibe una tensión entre el primero de los objetivos de los principios *Ruggie*, relativo al deber de “PROTEGER” y dirigido en primera instancia a los Estados, y el segundo de los objetivos, relativo al deber de “RESPETAR”, dirigido a las empresas, y esta tensión hace que el tercero de los grandes objetivos perseguidos por los principios de la ONU, relativo al deber de “REMEDIAR”, y que compete tanto a los Estados como a las empresas, sea difícil de clarificar, en cuanto al reparto de responsabilidades entre los primeros y las segundas. Sin perjuicio de la polémica sobre el establecimiento de nuevos mecanismos o instrumentos de derecho internacional, especialmente, cuando se lesionan los mismos en virtud de actividades de empresas transnacionales radicadas en estados que no constituyen auténticos estados de derecho, es interesante señalar que una cuestión fundamental planteada por las empresas al Grupo de Trabajo sobre la cuestión de los derechos humanos y las empresas transnacionales del Consejo de derechos humanos de la Asamblea General de



Cámara
Madrid



Naciones Unidas, fue precisamente “el impacto de los problemas de gobernanza, como los altos niveles de corrupción y la importancia del sector no estructurado, en la obligación de las empresas de respetar los derechos humanos”.

Sobre las opiniones de los representantes de las empresas en torno a la recepción por la normativa española de los Principios Rectores de Naciones Unidas, existe una conciencia previa de los importantes retos de la responsabilidad social corporativa en las grandes empresas españolas, que, aun en ausencia de normativa al respecto, van por delante de la eventual legislación futura, y cualquier regulación que sobrevenga en este sentido no les va a sorprender desprevenidos. Se expresan, no obstante, algunas reservas. Es sabido que no ayuda a la actividad económica un exceso de regulación o de trabas burocráticas. Por otra parte se ha expresado la dificultad de extender la obligatoriedad de las normas en este ámbito a todas las empresas, independientemente de su tamaño. Y por último, se ha subrayado la necesidad de complementar la normativa española con estándares internacionales. Es innegable el valor de las buenas prácticas de las empresas españolas, que los inversores premian especialmente, y que, aun cuando sean meramente voluntarias en su asunción, contribuyen con su ejemplo a transformar la actividad económica en los sectores en los que operan en favor de la extensión universal del respeto a los derechos humanos.



Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de las empresas

Antonio Vives

Socio Principal de Cumpetere - Profesor Stanford University

(Diapositivas de su presentación en la página 139)

- Ámbito del artículo

Este artículo analizará el papel que las empresas pueden y deben jugar, en el contexto de su responsabilidad ante la sociedad, en el fomento del emprendimiento y el desarrollo del capital humano y del capital intelectual. No nos referiremos a la responsabilidad social de los emprendimientos en sí, que debe ser la misma que la de cualquier empresa.

- Introducción

Problemática del desempleo y subempleo y necesidad del emprendimiento como fuente de crecimiento económico y desarrollo social.

- Empleo como una responsabilidad de la empresa ante la sociedad

Responsabilidad social de la empresa en la creación de empleos dignos que contribuyan al desarrollo del ser humano y a su mejoramiento continuo. Evolución creciente de los intangibles en el valor de las empresas y problemas de la contabilidad tradicional en la valoración del capital humano e intelectual y sus consecuencias para las decisiones de las empresas. Oportunidades que brinda el nuevo marco de preparación de informes integrados destacando estos capitales.

Papel de la empresa en el fomento del trabajo juvenil en alianzas público- privadas. Especial atención a programas de aprendizaje.

- Creación y desarrollo de empresas

Papel de la empresa en la creación y desarrollo de empresas como parte de sus estrategias de negocios inclusivos, cadena de valor y desarrollo local. Filantropía estratégica en apoyo a PyMEs. Papel del voluntariado ejecutivo en el desarrollo empresarial (problema de deficiencia de gestión en PyMEs). Pago de proveedores a tiempo. Inversión local.



- Intra-emprendimiento

Fomento del emprendimiento interno como parte de la estrategia empresarial de desarrollo de su capital humano e intelectual, de mejora de la competitividad y de su sostenibilidad.

- Responsabilidad de la empresa en el emprendimiento

Emprendimiento como fuente de innovación y creación de empleos sostenibles y creciente, no solamente como fuente de creación de empresas de subsistencia.

Emprendimientos externos como parte de la estrategia de competitividad y sostenibilidad de la empresa. Papel de la filantropía estratégica en la promoción de emprendimientos externos, a través del financiamiento, educación, voluntariado, alianzas público-privadas. Mentorías, creación de redes, promoción, desarrollo de “clusters”.

- El papel de la empresa en la política pública de empleo y emprendimiento

Contribución de la empresa a la implementación de políticas públicas de emprendimientos. Alianzas público-privadas. Desarrollo del ecosistema de apoyo al empleo y emprendimiento.

- En conclusión

La creación y mejora de la calidad del empleo y el fomento del emprendimiento son parte de la responsabilidad social de la empresa ya que contribuyen a una sociedad más próspera y equitativa, lo que en definitiva beneficia a la empresa en el largo plazo.



Cámara
Madrid



RSE: Una perspectiva jurídica práctica

Emilio Díaz Ruiz

Profesor Titular de Derecho Mercantil, Universidad Complutense - Abogado (Socio Uría Menéndez)

(Diapositivas de su presentación en la página 153)

La RSE no es sino el resultado de la evolución en el desarrollo de la economía capitalista, que supone el reconocimiento de que la actividad de las empresas no sólo produce resultados económicos, sino que influye significativamente en el desenvolvimiento de las comunidades en que desarrollan esa actividad, a la vez que en la vida de los individuos que, de una u otra forma, se relacionan con ellas.

De aquí que estas comunidades e individuos hayan venido demandando unos comportamientos de las empresas que trascienden de la mera producción de bienes o prestación de servicios con eficiencia, de tal manera que asuman compromisos que mejoren la vida de las personas afectadas por sus actividades, tanto trabajadores, como inversores y consumidores, apuntándose incluso la necesidad de que se comprometan con la protección del medio ambiente y los derechos humanos.

Estas demandas han tenido un eco relativo. Por una parte, los poderes públicos, más por razón de imagen que de convencimiento, han promovido la asunción de algunos aspectos de la RSE por las empresas, en algunos casos incluso imponiendo la obligatoriedad de algunas conductas; de otras, también por razones de imagen, muchas empresas han elaborado códigos de conducta, o se han adherido a algunos sectoriales, que recogen diversas cuestiones que podrían considerarse integradas en la RSE. Pero lo cierto es que todo esto se ha hecho de forma tímida, por cuanto los ejecutivos de las empresas no están en absoluto convencidos de las ventajas que para las empresas que gestionan tiene la asunción de pautas de RSE, que encarecen y estorban la actividad empresarial y no generan ninguna contrapartida real, a la vez que estiman que la RSE es algo ajeno y que excede las funciones y propósitos de las empresas.

En este punto, se discute acerca de si la RSE debe imponerse obligatoriamente o debe dejarse, como hasta ahora viene siendo la regla (con alguna excepción), a la libre voluntad de las propias empresas. Lo cierto es que, sin duda, establecer y cumplir políticas de RSE tiene un coste económico y, por ende, de eficiencia, de tal manera que las empresas muy involucradas en estas políticas pueden llegar a estar en una situación competitiva peor que quienes no se involucre; es por ello que, la implantación obligatoria de éstas podría suponer la ruptura del *playing level field* y, a la postre, producir en los casos extremos incluso la imposibilidad de mantenerse en el mercado a las empresas afectadas. Es por ello que los poderes públicos, hasta ahora, se han limitado a imponer como obligatorias aquellas políticas de RSE que han entendido imprescindibles, limitándose a proclamar la bondad del seguimiento voluntario de las demás, pero sin establecer incentivos reales (fundamentalmente, fiscales, que serían los que permitirían compensar las ineficiencias económicas que pudiera provocar el seguimiento de las políticas de RSE). Y en un mundo globalizado, en que los productos y los servicios tienen una gran facilidad de circulación, la obligatoriedad de cumplir con cualquier política de RSE debe considerarse también de



forma global. Ejemplos hay ya en la historia reciente: por ejemplo, cuando se quisieron implantar normas de protección de trabajadores con carácter general, se creó la OIT a fin de que pudieran elaborarse tratados que permitieran la existencia de ese campo de juego nivelado, que no pusiera a los empresarios de unos países en situación desventajosa frente a otros. Sólo cuando las políticas de RSE puedan imponerse de forma simultánea en áreas económicas lo suficientemente extensas, podrá de verdad considerarse en hacerlas obligatorias (y aun así, habría siempre que considerar la situación de los empresarios grandes frente a los pequeños y medianos, por lo que estas políticas deberían ser necesariamente asimétricas).



Cámara
Madrid



Responsabilidad social de la empresa y fiscalidad

Jacques Malherbe

Profesor emérito de la Universidad Católica de Lovaina

Abogado (Socio, Liedekerke, Bruselas)

(Diapositivas de su presentación en la página 157)

A primera vista, no existe relación entre la teoría general de la responsabilidad social de la empresa y la fiscalidad. La fiscalidad está estrechamente relacionada y estrictamente definida por la ley. La empresa observa la ley no solamente en virtud de principios de responsabilidad social, sino, más bien, en virtud de la obligación que se impone a todo ciudadano. La toma en consideración por parte de la empresa del ámbito fiscal, parece quedar limitada a esta actitud respetuosa de las normas.

En ocasiones, la discusión va más allá, situando la actitud fiscal del contribuyente en el plano ético.

Si examinamos esta relación con más detalle, observamos que son varios los puntos de conexión existentes entre la responsabilidad social y la fiscalidad.

1. Opciones finales: la gestión por la empresa de su fiscalidad forma parte de la gestión financiera. La empresa se encuentra con una serie de elecciones fiscales que pueden ser puramente tácticas y de mejora de la técnica fiscal.

Estas opciones son, de hecho, ofrecidas por la propia ley. La empresa puede elegir entre practicar las amortizaciones aceleradas o no, incluir o no plusvalías de reevaluación, imputar sus déficit en el pasado o en el futuro, elegir un sistema de integración fiscal, determinar su sistema de reestructuración en caso de fusión o separación, elegir a veces un régimen de imposición a tanto alzado o real, o bien, acordar con sus asalariados remuneraciones deducibles o ventajas de toda naturaleza (el vehículo de la empresa, como retribución en especie), que serán parcialmente deducibles.

En el ejercicio de estas elecciones, ya tengan éstas mayor o menor importancia, la empresa deberá tener en cuenta las reglas contables que le dejan igualmente y en ocasiones, un margen de apreciación. En los países donde el balance fiscal se identifica con el balance contable, la restricción será aún más fuerte. Las reglas de valoración adoptadas por el consejo de administración de la empresa se impondrán tanto en el plano contable como en el plano fiscal. Además, tanto las reglas contables como el principio de permanencia del método contable escogido, o el principio de prudencia, imponen, particularmente en la contabilidad tradicional, la contabilización a precio de adquisición. Por otro lado, la elección del método de valoración de existencias o stocks (LIFO, FIFO, precio medio ponderado) determinará el marco contable y por ende, el marco fiscal en el cual se inserte la empresa.



Las elecciones así efectuadas, tendrán consecuencias diversas. Pueden ser adoptadas con el solo objetivo de disminuir impuestos. En cualquier caso, esto hará que los dirigentes consideren que se ha efectuado un buen acto de gestión. Sin embargo, estas decisiones pueden disminuir igualmente el resultado distribuido a estos y con ello, el atractivo de los títulos que se emitan con posterioridad. Todo ello hará que se pueda producir una disminución sobre la base sobre la cual se calcula la remuneración variable.

Se inscribe igualmente dentro de estas limitaciones políticas, la opción, relevante tanto para los accionistas como para los administradores, entre la financiación mediante fondos propios o fondos ajenos. La financiación mediante fondos ajenos permite generalmente una deducibilidad de intereses mayor, pero debilita la estructura financiera de la empresa. La financiación mediante fondos propios aporta más seguridad y permite un acceso más amplio al crédito bancario. En ciertos países, la deducción de intereses teóricos sobre fondos propios permite un acercamiento entre las dos situaciones (Bélgica-Brasil).

Las políticas aplicadas a los trabajadores de participación en los resultados de la empresa tienen igualmente un impacto fiscal, tanto para la sociedad como para su personal. Vemos así, como los «stakeholders», entendiendo por tal el Estado, pero también los accionistas y los trabajadores, son agentes interesados en la elección de la política fiscal de la sociedad.

2. La gestión del riesgo fiscal: se trata de otro aspecto de la política de gobierno de la empresa. La ley fiscal está lejos de aportar a sus lectores una certeza absoluta sobre la ausencia de redirección hacia aquellas elecciones efectuadas fuera de las opciones técnicas que ella misma ofrece.

En principio, la administración no puede intervenir en las decisiones de gestión de la empresa. Sin embargo, estas nociones, así como aquellas otras del acto normal de gestión, del abuso de derecho o del gasto sin vínculo alguno con el objeto social de la empresa, crean una serie de riesgos que pueden llegar a tener una dimensión considerable. Igualmente ocurre en el aspecto referente al campo de los precios de transferencia.

Sin duda, la certidumbre puede ser, en ocasiones, obtenida por un acuerdo o “ruling” de la administración. La validez de tal regla depende a menudo de una exposición completa y sin reticencia, de todas las circunstancias de hecho. Ello se complica en el plano internacional donde se produce la intervención paralela de diversas administraciones en el caso de operaciones entre empresas vinculadas, pero situadas en diferentes países. La empresa deberá así, apreciar un riesgo de gestión y quizás, buscar una serie de justificaciones a estas decisiones, de manera que se concilien con la existencia de motivos no fiscales: la toma en consideración del empleo, la conquista de mercados o, al contrario, un repliegue necesario.

3. Las ayudas fiscales: por otro lado, la política fiscal toma igualmente en consideración la existencia de una serie de ayudas fiscales en favor de ciertas actividades en determinadas regiones e incluso, el establecimiento en ciertos países. Estas ayudas fiscales son generalmente



acordadas para aquellas inversiones de una cierta permanencia, que las vincula a una nueva decisión de gestión que no puede ser dictada solamente por consideraciones fiscales.

Los compromisos adoptados al respecto con las autoridades locales, deberán ser respetados.

La reputación mundial de una empresa multinacional puede estar en juego (como en los casos de Arcelor Mittal o Peugeot).

4. Ingresos fiscales: otra zona delicada es aquella en la que se produce la utilización de filiales o sucursales establecidas en los paraísos fiscales, particularmente por los bancos.

El recurso a esta zona de "no fiscalidad" puede ser lícito para ciertas operaciones. Los fondos de cobertura tienen la tendencia a utilizar asociados establecidos en ciertos paraísos fiscales para realizar inversiones en productos que son fiscalizados. De esta forma, evitan fricciones fiscales, que pueden ser igualmente reducidas por el recurso a ciertos organismos de inversión colectiva establecidos en jurisdicciones normales, pero cuyo manejo resulta pesado, complejo y sujeto a autorización.

En cambio, el recurso a ciertas jurisdicciones puede disimular operaciones marginales, criticables, dentro del país de uno u otro o de todos los inversores vinculados. Mecanismos como el que se aplica a sociedades extranjeras controladas, implican que el recurso a estas construcciones resulte lícito siempre que el ingreso obtenido en la jurisdicción privilegiada sea declarado inmediatamente por el inversor en su país de residencia.

5. La deslocalización: por fin, se impone sobre el plano ético la cuestión de la deslocalización. La motivación principal de ésta es generalmente una disminución de los costes salariales, sin embargo, la motivación fiscal puede igualmente intervenir. La concurrencia fiscal está lejos de ser condenada por la Unión Europea. Sólo ha sido objeto de críticas la competencia fiscal desleal, tanto en el seno de la OCDE como en la Unión Europea. La decisión política que constituye el Código de Conducta Europeo, ha permitido eliminar numerosas prácticas pero esta vez, por la acción de los gobiernos. La condena de las ayudas de Estado por el Derecho europeo de la competencia ha tenido el mismo efecto.

Pensemos, por ejemplo, en la regla española que permitía en otro tiempo, la amortización del « goodwill » de adquisición de sociedades extranjeras.

6. Las amnistías fiscales: en el caso de que la empresa hubiera participado en el pasado en operaciones cuya licitud fiscal pudiera ser criticada, se le impondrá la elección de dar a conocer tales actividades a través de procedimientos de amnistía o de regularización fiscal, que serán abiertos en el país donde se encuentre su sede central. Esta elección deriva tanto una decisión de gestión como una decisión ética.



7. La tributación medioambiental: un ejemplo del paso del campo del soft-law al hard-law a se encuentra en la tributación medioambiental. En lugar de apoyarlo, llegamos a medidas coactivas, y en ocasiones, potestativas, como el impuesto sobre el carbón y el mercado de derecho de emisiones.



La RSE y sus consecuencias en la organización societaria

Juan Sánchez-Calero Guilarte

Catedrático de Derecho Mercantil, Universidad Complutense de Madrid

1. Lo que conocemos como responsabilidad social empresarial (RSE) o responsabilidad social corporativa (RSC), es una realidad múltiple que ofrece muy diversas perspectivas. Una de ellas es la que podríamos describir como interna o corporativa, es decir, la que se ocupa de analizar cómo se aprueba y ejecuta la RSE en el seno de una sociedad mercantil. Decimos que es una perspectiva interna porque implica revisar principalmente las relaciones que al respecto se establecen entre los administradores, los accionistas y otros intereses presentes en la vida de la sociedad.
2. La adopción por una sociedad mercantil de políticas encuadrables en la RSE es una decisión trascendente pues supone la asignación de determinados recursos con ese propósito. Tal asignación tiene una vertiente negativa para otros intereses vinculados con la marcha de la sociedad que pueden considerarse perjudicados por la RSE desarrollada por una empresa en concreto.
3. Siendo los administradores los encargados de la gestión de la sociedad, parece que es a éstos a quienes cabe reconocer la competencia para proponer la adopción de este tipo de políticas. Una competencia que lleva aparejada la consiguiente responsabilidad. Precisamente para evitar que la RSE depare supuestos de responsabilidad, es previsible que los administradores sometan a los accionistas a través de la junta general la puesta en práctica de políticas de RSE.
4. Para los accionistas la RSE puede ser objeto de una valoración divergente. De hecho puede afirmarse que la RSC ha acreditado en algunos casos su capacidad para detonar conflictos entre accionistas o grupos de accionistas. Conflictos entre quienes consideran que la RSE desatiende otros objetivos y quienes pretenden que la RSE se convierta en una política prioritaria.
5. Los problemas societarios vinculados con la RSE adquieren especial intensidad en las sociedades cotizadas. Incluso puede que la RSE acabe siendo la principal característica de aspectos determinantes de la gestión de una empresa como puede ser su financiación (mercados de valores con índices verdes o ecológicos), su actividad y su reputación.
6. Para los administradores la RSE les sitúa en un terreno en el que a veces es difícil de conciliar los intereses contrapuestos. Así sucede, con la clásica divergencia entre accionistas y *stakeholders*, que parte de la prioridad que en el Derecho de sociedades merece la tutela de los primeros y la protección del interés social (= interés de la sociedad = interés común de los accionistas).
7. La incorporación de la RSE en la vida de las grandes empresas tiene consecuencias diversas. Así sucede con todo lo relacionado con la información destinada a poner de manifiesto cómo se ha



ejecutado la RSE y su influencia sobre los rendimientos de la sociedad. Esa información es vista cada vez con mayor detalle por quienes evalúan a las empresas en función de su RSE.

8. La RSE ha ejercido una creciente influencia en las disposiciones destinadas a la organización societaria, de manera que se adoptan medidas de gobierno corporativo en relación con la misma.
9. Existen además numerosos estudios que han dotado a la RSE de una mayor concreción. Ya no se trata sólo de enunciar una serie de políticas y medidas, sino de tomar en cuenta la evidencia empírica que permite valorar el impacto positivo o negativo de la RSE para la actividad y resultados de una empresa.



RSE, tecnología y propiedad intelectual

Bernard Remiche

Socio del Despacho Sybarius de Bruselas - Catedrático de Derechos Intelectuales y de Derecho Económico de la Universidad Católica de Lovaina

Si, a causa de los progresos de la productividad, debidos en su mayor parte a la revolución tecnológica, hay una oferta más limitada de trabajo y los beneficios de esta productividad casi no llegan a los trabajadores, hay crisis de empleo. En efecto, la demanda interior disminuye – o en el mejor de los casos, se estanca – ya que los frutos de la riqueza creada por las empresas ya no van a los trabajadores, masa de consumidores que, por tanto, consumen menos.

En la práctica son fundamentalmente las grandes multinacionales quienes se benefician del sistema mundial de protección de la propiedad intelectual. Las PYMEs, sobre todo europeas, son pues, de hecho, apartadas de los mercados en los que las nuevas tecnologías son importantes. Estas empresas ya no tienen más opción que ceder sus tecnologías a las « grandes » (o hacerse absorber por ellas) o encontrar « nichos » todavía disponibles pero cada vez más raros.

Ha habido una evolución en la utilización de la propiedad intelectual y esto tanto en el plano de la valoración financiera de los derechos de propiedad intelectual como en el de su utilización estratégica.

En el plano financiero, hemos visto literalmente « estallar » el valor de los intangibles en las empresas en los últimos tiempos. Estimamos en general que los activos intangibles (compuestos por una gran parte del derecho de propiedad intelectual) representan entre el 75 y el 90% de la capitalización bursátil de las grandes empresas cotizadas.

El riesgo de una burbuja de la propiedad intelectual y de su estallido es, lamentablemente, bastante real.

En cuanto al plano estratégico, pasados algunos años y, sobre todo, en Estados Unidos, ha aparecido una nueva estrategia que desvía muy fuertemente el Derecho de patentes y de su función de sostenimiento a la innovación. Se trata del llamado "troll" de patentes. Estas empresas no hacen más que utilizar las patentes para comenzar un verdadero « terrorismo judicial » que conduce a otras empresas a aceptar negociar acuerdos de licencia de patente o la adquisición de la patente.

Es una necesidad imperiosa corregir las derivas de la propiedad intelectual en general y del sistema de patentes en particular y rehacer un motor real de promoción de la investigación y el desarrollo, que



Cámara
Madrid



conduzca a la creación de nuevos productos, de nuevos procesos industriales, realmente innovadores y naturalmente portadores de empleo.

Hace falta luchar contra todos los abusos que tienen lugar en el mundo de la propiedad intelectual, que tienden a debilitar nuestras economías en beneficio de algunas empresas y establecer un equilibrio entre los intereses en juego.



¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?

Christi Amesti Mendizábal

Profesora Titular de Derecho Mercantil de la Universidad Complutense de Madrid
(Diapositivas de su presentación en la página 165)

El título que se propone en esta Mesa plantea qué se considera que es socialmente responsable, lo cual nos lleva a plantear que compromisos empresariales se consideran pertenecientes al concepto de RSC. Al hablar de compromisos socialmente responsables, debemos preguntarnos si puede y debe hablarse de compromisos individuales o debe hablarse de un compromiso general de la sociedad-empresa implicada y, en consecuencia, a quién le corresponde llevar a cabo el cumplimiento de dichos compromisos, es decir, cuál es el papel y el deber de los administradores en relación a la RSC.

Dispongo de poco tiempo para abordar las cuestiones planteadas, pero trataré de acercarme a los problemas que plantean a la luz del Derecho de Sociedades y, en particular, del deber de los administradores-gestores de la Sociedades-Empresas, procurando seguir una sistemática que ponga cierto orden en un tema que anticipamos es “difuso”, no sólo respecto al concepto de RSC y los aspectos que ésta implica, sino respecto a la eficacia de los compromisos considerados socialmente responsables.

1. Concepto de RSC:

No existe una definición de RSC en nuestro Ordenamiento y, en particular, en el Derecho de Sociedades.

- a) Libro Verde (COM (2001) 366 final): La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.
- b) (COM (2011) 681 final) que define la RSC como «la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad».
- c) Nueva "cultura empresarial" (Audiencia Provincial de Madrid).
- d) Una forma de administrar y gestionar la sociedad-empresa teniendo en cuenta los intereses de otros grupos de interés además de los accionistas o la propiedad de la entidad y que excede el simple cumplimiento de las normas vigentes aplicables para con ellos.
- e) Con arreglo a lo anterior, caben las políticas aisladas de RSC?: Coherencia de dichas políticas con otras políticas de la sociedad.

2. Regulación o voluntariedad en nuestro Ordenamiento:

- a) No hay regulación general.
- b) Artículo 226 de la LSC.



Cámara
Madrid



- c) Positivación de algunos aspectos propios de la RSC: LES, Ley de Reforma del Sistema Financiero.
- d) Códigos de Buen Gobierno: CUBG. Valor sostenible a largo plazo. Recomendación 8, (Competencia de los administradores), punto v: RSC: Carácter voluntario.

3. Soluciones respecto a la eficacia o ineficacia de los compromisos de RSC:

- a) Regulación: Incorporación al Derecho Societario (Austria, Gran Bretaña y Portugal).
- b) Incorporación a los estatutos de las sociedades.

4. La obligación de los administradores respecto a la RSC:

- a) Aspectos regulados.
- b) Políticas de RSC una vez comprometidas.

5. Compromisos socialmente responsables que afectan a los administradores en la esfera personal:

- a) El problema de las retribuciones de los administradores.
- b) La incorporación de las mujeres a los Consejos de Administración de las sociedades cotizadas.



Cámara
Madrid



¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?

Carlos Díaz

Presidente del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa España

Orencio Vázquez

Director del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa España

(Diapositivas de su presentación en la página 178)

Los últimos cinco años serán recordados por la crisis económica. Ésta ha servido para constatar que las piezas del engranaje del sistema económico basado en el libre mercado, han fallado. Pero más allá de fortalecer los argumentos a favor o en contra del actual sistema económico liberal, la crisis ha puesto en evidencia la falta de aplicación de principios básicos del mercado, tanto de activos tangibles como financieros. Uno de estos principios vulnerados ha sido la transparencia. Los mecanismos de mercado parten del axioma de que los consumidores están bien informados y deciden libremente en base a dicha información. Para confiar en las leyes del mercado de competencia perfecta, hacen falta unas condiciones básicas de partida; entre ellas, la de información perfecta. La competencia surge a raíz de una calidad en la información que manejan los agentes dinamizadores de los mercados, compradores (consumidores, administraciones y otras organizaciones) e inversores (particulares, institucionales, gestoras,...).

La falta de transparencia ha sido uno de los factores causantes de las decisiones erróneas adoptadas por los agentes, del colapso en los mercados interbancarios, de que aproximadamente 250.000 millones dólares anuales se evadan de los países donde las empresas multinacionales generan el negocio hacia paraísos fiscales y de que, de acuerdo con *Edelman Trust Barometer* (2008) y el último eurobarómetro (Comisión Europea, 2013), en Europa exista una creciente desconfianza hacia las empresas multinacionales.

Han sido muchos los actores e instituciones que durante los últimos años se han pronunciado a favor de mayores estándares y obligaciones en materia de transparencia. En la reunión del G 20 celebrada en Pittsburgh en 2009, los líderes de la cumbre han reconocido que la falta de control y transparencia han sido factores claves en la crisis económica, que ha habido irresponsabilidad, y que es necesario adoptar un conjunto de políticas, regulaciones y reformas para satisfacer las necesidades de la economía mundial del siglo XXI.

En Estado Unidos más de 50 de las mayores firmas de inversión del país han expresado a la Securities and Exchange Commission (SEC) su interés a favor un marco regulatorio que genere una mayor transparencia en el ámbito social, medioambiental y de gobernanza de las empresas. Este grupo de inversores arguye la falta de transparencia como una de las causas de la crisis actual y asegura que estas medidas favorecerán la seguridad de las inversiones y el largo plazo, mitigando las conductas predatoras y otro tipo de prácticas abusivas por parte de determinadas compañías. En Europa the

56



Cámara
Madrid



European Sustainable Investment Forum (Eurosif)⁴ también se ha mostrado partidario de una regulación de la información que deben facilitar las grandes empresas en materia social, medioambiental y de gobierno corporativo.

Las organizaciones de la sociedad civil, consumidores y otros grupos organizados se han mostrado de manera mayoritaria partidarios de una regulación que facilite una mayor transparencia en la información social, medioambiental y económica de la empresa. En este sentido, es destacable la propuesta de la European Coalition For Corporate Justice (ECCJ) en el documento Fair Law: Legal Proposals to Improve Corporate Accountability for Environmental and Human Rights Abuses (2007) presentado ante el parlamento europeo.

También el Global Reporting Initiative (GRI), institución que ha desarrollado el modelo de reporte en RSE con mayor grado de aceptación a nivel global, y cuyos órganos de dirección están conformados entre otros por representantes de empresas, ha emitido un comunicado bajo la denominación de *Declaración de Amsterdam* en el que implora a los Gobiernos *a la introducción de políticas que exijan a las empresas informar acerca del desempeño social, medioambiental y de gestión empresarial....* y señala la falta de transparencia y de procesos de rendición de cuentas como uno de los factores de la crisis actual.

Por parte de la instituciones europeas la creación de un marco regulatorio para promover la transparencia en aspectos sociales, medioambientales y económicos ha planteado un amplio debate. La importancia de un reporte integrado social, medioambiental y financiero fue puesto de manifiesto en el informe elaborado por el europarlamentario Richard Howitt (2007) y que ha sido aprobado por el Parlamento Europeo. Afirma a su vez, que la Responsabilidad Social Corporativa no debe estar separada de cuestiones que hacen a la rendición de cuentas corporativa y la gobernanza:

....Reitera el apoyo del Parlamento en favor de una información integrada en materia social, medioambiental y financiera por parte de las empresas, basada en una reglamentación.

La última Comunicación de la Comisión relativa a RSE, aborda la necesidad de regular el informe no financiero. Recientemente la Dirección General de Mercado Interno ha remitido una propuesta de directiva al Consejo y al Parlamento.

Por parte de Estados individuales, son varios los países que han introducido algún tipo de obligación en cuanto a la información a suministrar en materia social y/o medioambiental. Destacan los casos de países como Dinamarca, Holanda, Noruega, Suecia y Francia

En el marco del Estado español también se han producido llamamientos por parte de diversas instituciones a favor de un marco regulatorio que favorezca la transparencia en RSE. El documento de trabajo emitido por el Foro de Expertos de Responsabilidad Social Empresarial (2007), señala en relación al reporte que *"Se deben regular y universalizar los aspectos cruciales que dan credibilidad y rigor a la RSE: el reporte de las empresas a las partes interesadas y a la sociedad en general y la verificación de*

4 Coalición Europea cuya misión es incorporar la sostenibilidad a través de los mercados financieros. Entre sus miembros se encuentran sociedades gestoras, planes de pensiones, instituciones académicas, ONG y agencias de investigación. En total gestionan más de €1 trillón.



Cámara
Madrid



dicho reporte”. También la subcomisión parlamentaria de RSE (2006), señala en su recomendación número 27: *Regular la elaboración de memorias de sostenibilidad para las empresas del IBEX 35*.

La mejor estrategia para generar confianza en el sistema es una comunicación sustentada en los pilares de la transparencia, la participación y la rendición de cuentas. Con este enfoque se fomenta la cercanía a los distintos actores sociales y en particular a los sectores interesados de la empresa. A través de la transparencia, la empresa puede suscitar una correcta percepción en las sociedades en las que actúa y transmitir la idea de que forma parte de las mismas de manera responsable y que, por tanto, está comprometida a afrontar sus retos y alcanzar sus metas conjuntamente con el resto de actores que las integran. Para ello, la primera necesidad es que la población perciba que la actuación de las empresas en su día a día, lejos de perjudicar el ejercicio de sus derechos (civiles, políticos, laborales, sociales, económicos, culturales, ambientales, etc.), los facilita a través de sus operaciones, inversiones, tributaciones, decisiones de gestión, comercialización de productos, servicios, su política de compras, de personal, investigación y desarrollo, etc.

En lo que respecta a las políticas, estrategias y resultados de la Responsabilidad Social Empresarial, no se dispone de suficiente información, y, en general, la información ofrecida por las empresas no suele ser ni completa ni detallada ni se ofrece con la necesaria periodicidad. Para que el mercado pueda reaccionar, es necesario que haya información accesible, comparable y barata, que permita tomar decisiones. Sin embargo, la realidad es que los consumidores no están perfectamente informados sobre las empresas, su impacto, económico, social y medioambiental y su Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Corporativa (RSC). Sin una información precisa, neutra, detallada y verificable el mercado (tanto el de bienes y servicios como el de capitales) no funcionará correctamente y estará expuesto a la acción de *free riders*. Aunque existirán gestores sensibilizados con la RSC, y empresas pro-activas y dispuestas a desarrollar informes de RSC, sin un marco de regulación mínimo, también existirán aquellas que intenten escapar al proceso y eludir esa responsabilidad.



Cámara
Madrid



¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?

Manuel Ignacio Feliu Rey

Director de la Cátedra ASGECO de Derecho de los Consumidores de la Universidad Carlos III de Madrid

(Diapositivas de su presentación en la página 201)

La Responsabilidad Social Corporativa supone un compromiso consistente en la asunción de comportamiento corporativo autoexigente, transparente, responsable y solidario que responda a las expectativas de los *stakeholders* o grupos de interés, entre los que se encuentran cada vez con más fuerza los consumidores y usuarios.

No cabe desconocer que a la par de constituir la RSC un factor de liderazgo y presencia en el mercado, debe responder a los principios de ética empresarial y social.

La cuestión es, ante esta dicotomía (“liderazgo empresarial – compromiso social”) ¿cuándo estamos realmente ante una política de RSC? ¿Qué valor tiene la publicidad? O mejor, ¿por qué se publicita y no sencillamente se practica?

¿Es la RSC un canto de sirena cuya finalidad es aturdir a los *stakeholders* y orientar determinados hábitos de consumo?



Cámara
Madrid





Cámara
Madrid



Apéndice

Presentaciones proyectadas

I Encuentro Internacional

Emprender desde la RSE en el mercado global

Madrid, 6 y 7 de junio de 2013



Cámara
Madrid



Índice de presentaciones proyectadas

(por orden de participación según el programa del Encuentro)

¿Cómo medir la RSE? ¿Son las empresas españolas socialmente responsables?, *Isabel López Triana*..... p. 63

La Responsabilidad Social como creación de valor compartido, *Clara Bazán Cea*.....p. 79

NH Hoteles, empresa responsable del sector Turismo, *Marta Martín Martín*..... p. 88

La sostenibilidad impulsa el negocio de Enagás, *Javier Perera de Gregorio*..... p. 94

RSE interna y externa: la experiencia de Eroski, *Alejandro Martínez Berriochoa*....p.98

La RSE desde Europa: algunas reflexiones para España, *Germán Granda*..... p. 124

La institucionalización de la RSE, *Sara Sieira*..... p. 135

Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de las empresas, *Antonio Vives*.p.139

RSE: Una perspectiva jurídica práctica, *Emilio Díaz Ruiz*..... p. 153

Responsabilidad social de la empresa y fiscalidad, *Jacques Malherbe*..... p. 157

¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?, *Christi Amesti Mendizábal*..... p. 165

¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?, *Carlos Díaz y Orencio Vázquez*..... p. 178

¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?, *Manuel Ignacio Feliu Rey*..... p. 201



Cámara
Madrid



¿Cómo medir la RSE? ¿Son las empresas españolas socialmente responsables?

Isabel López Triana

Socia Directora de Responsabilidad y Gobierno Corporativo Villafañe & Asociados

¿Cómo medir la RSE? ¿Son las empresas españolas socialmente responsables?

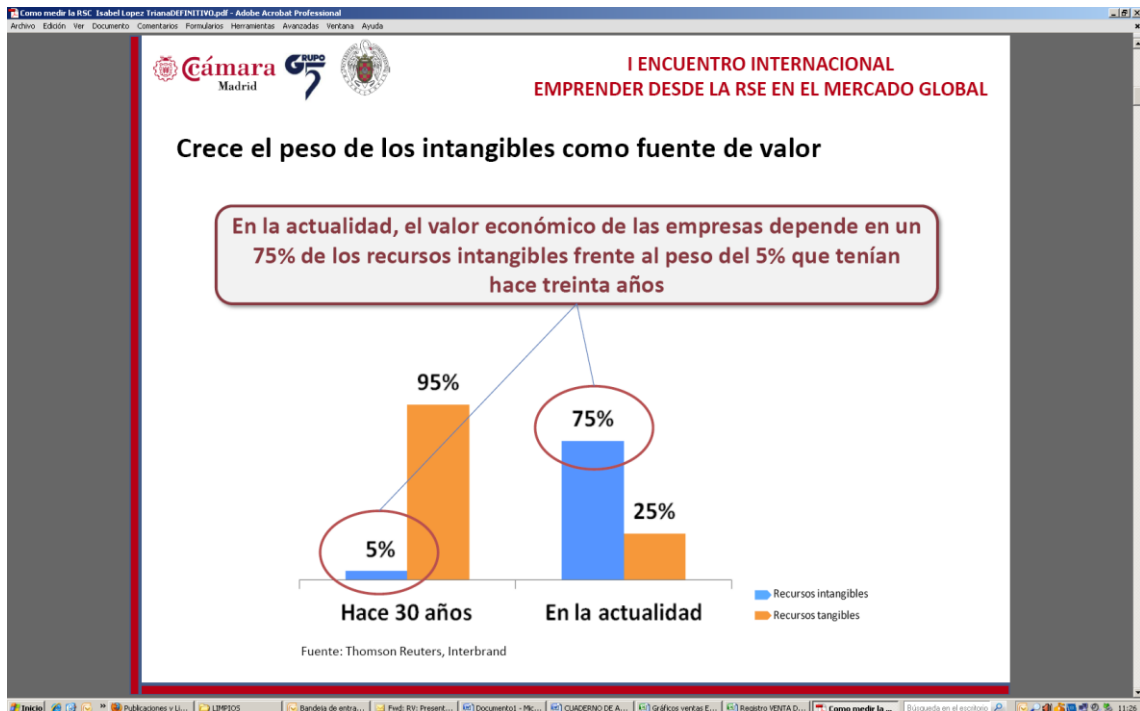
Isabel López Triana
Socia Directora de Responsabilidad y Gobierno Corporativo
Villafañe & Asociados
CONSULTORES

Los valores de la “buena empresa” han evolucionado

Tras la maximización del beneficio económico y del retorno del capital como misión central de la empresa, se ha instaurado una **nueva racionalidad empresarial**.

Valores tradicionales de la buena empresa	Valores de la nueva racionalidad empresarial (2000-2008)	Valores para superar la crisis
<ul style="list-style-type: none">• Beneficio y retorno del capital• Sostenibilidad económica• Buena gestión y organización interna• Empleabilidad• Calidad de la oferta comercial	<ul style="list-style-type: none">• Compromiso con sus stakeholders• Responsabilidad medioambiental y social• Transparencia• Comunicación proactiva	<ul style="list-style-type: none">• Seguridad• Ética y transparencia• Confianza• Innovación

Fuente: La Buena Empresa. Propuesta para una teoría de la reputación corporativa, Justo Villafañe, Editorial Pearson 2013





Cámara
Madrid



Como medir la RSC - Isabel Lopez Triana@DEFINITIVO.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Todo comportamiento precisa una evaluación

Para lograr una gestión óptima de la Responsabilidad Corporativa es necesario medir y controlar su implementación y desarrollo.

Dos 'tipos de herramientas' para medir la RSC

Externas <i>Herramientas desarrolladas por terceros que evalúan o premian la responsabilidad de las compañías o que sirven de guía para su implantación o medición interna</i>	Internas <i>Herramientas desarrolladas por las propias compañías para evaluar su gestión de la responsabilidad corporativa</i>
--	--

Inicio Publicaciones y L... LIMP105 Bandeja de entra... Pred. RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como medir la... Búsqueda en el escritorio 11:26

Como medir la RSC - Isabel Lopez Triana@DEFINITIVO.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Instrumentos internos que facilitan la evaluación de la responsabilidad

Además de contar con las herramientas externas, las compañías desarrollan internamente otros instrumentos para evaluar su gestión de la responsabilidad corporativa

Mecanismos de Rendición de Cuentas

- 1 Plan Estratégico de Responsabilidad**
- 2 Cuadro de Mando**
- 3 Reporte de Responsabilidad**

Inicio Publicaciones y L... LIMP105 Bandeja de entra... Pred. RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como medir la... Búsqueda en el escritorio 11:27



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

1. Planes Estratégicos de Responsabilidad
Definir una estrategia que genere valor

Las cuatro fases del Plan de Responsabilidad Corporativa

Diagnóstico de Responsabilidad	Estudio de materialidad	Plan Director	Plan de Comunicación
Punto de partida ¿Cuál es el estado actual de la responsabilidad en una compañía?	Temas relevantes ¿Cuáles son los temas con mayor impacto en el negocio?	Estrategia y táctica ¿Qué líneas y programas se deben diseñar? ¿Cómo se mide?	Notoriedad ¿Cómo comunicarlo para aportar valor a la marca?

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

1. Planes Estratégicos de Responsabilidad
Unilever: un plan que facilita el reporte y la transparencia

A través de la puesta en marcha de Planes Estratégicos de Responsabilidad la compañía define sus objetivos y líneas de acción prioritarias para potenciar iniciativas sostenible y, puede evaluar el cumplimiento de estos objetivos.



PLAN UNILEVER PARA UNA VIDA SOSTENIBLE

El Plan Unilever para una Vida Sostenible tiene como objetivo mejorar el bienestar económico del planeta, el medio ambiente y la vida, creando nuevos espacios de valor.

Dado que presentamos tres pilares objetivos para el año 2023, la mejora de la salud y el bienestar, la reducción del impacto ambiental y la mejora de la vida de las personas, nuestro primer objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas empleadas en nuestra cadena de valor.

Como resultado de estos objetivos sostenibles con siete compromisos asociados que alinean nuestros objetivos con el cambio social, medioambiental y económico en el planeta de valor, desde la eficiencia de los materiales prima hasta el uso de nuestros productos en los hogares.

En estos dos años, la vida del Plan Unilever para una Vida Sostenible, hemos tenido un impacto económico hacia nuestros objetivos. Nuestro Plan es ambicioso y tenemos mucho por hacer. Continuamos trabajando para alcanzar nuestros objetivos.

Tu compromiso es clave para el éxito de nuestra vida sostenible. Nuestro primer objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas empleadas en nuestra cadena de valor.

3 OBJETOS DE EFECTO INMEDIATO

Para alcanzar la vida sostenible en los próximos años, necesitamos acciones de alto impacto en tres áreas clave:

- Objetivo 1: Mejorar la salud y el bienestar**
- Objetivo 2: Reducir el impacto ambiental**
- Objetivo 3: Mejorar la vida de las personas**

Para alcanzar la vida sostenible en los próximos años, necesitamos acciones de alto impacto en tres áreas clave:

- Objetivo 1: Mejorar la salud y el bienestar**
- Objetivo 2: Reducir el impacto ambiental**
- Objetivo 3: Mejorar la vida de las personas**

Fuente: <http://www.unilever.es/sustainable-living/uspl/>



Cámara
Madrid



Como mede la RSC Isabel Lopez Trisnadi (INITI)W.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid GRUPO 5

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

2. Cuadro de Mando

Cuadro de mando: herramienta de medición

El Cuadro de Mando es una herramienta básica para la gestión. Permite conocer el estado actual y la evolución del comportamiento con los stakeholders de la Compañía, y monitorizar el cumplimiento de los objetivos.

- 1 Es la herramienta básica para el seguimiento de los indicadores definidos en el Plan
- 2 En su punto de partida, ayuda a detectar los puntos en los que falta información y todo aquello que es necesario medir
- 3 Permite monitorizar los aspectos clave del comportamiento y su reconocimiento por los grupos de interés
- 4 Permite analizar la evolución de la relación con los grupos de interés y diseñar nuevos objetivos en cada uno de los indicadores para una gestión de excelencia

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entra... PEd: RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como mede la... Búsqueda en el escritorio 11:27

Como mede la RSC Isabel Lopez Trisnadi (INITI)W.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid GRUPO 5

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

2. Cuadro de Mando

Indra: incremento en el reporting y la transparencia

El Cuadro de Mando de Sostenibilidad es una herramienta de gestión que permite a las compañías conocer el estado actual y la evolución de sus indicadores, y monitorizar el cumplimiento de los objetivos.

Cuadro de mando de sostenibilidad interactivo

indra MEMORIA 2011

INFORME ANUAL / CUENTAS Y GESTIÓN

ASISTENTES: MODELO DE NEGOCIO MODELO DE GOBIERNO PATRÓN Y ESTRUCTURA DE NEGOCIO Y PATRÓN SUMARIO DE SECTORES PRINCIPALES Y MAGNITUDES

Cuenta de resultados Estado de situación financiera Flujos de Tesorería Patrimonio neto Consolidado Cuadro de mando de sostenibilidad

Asistentes: Empleado Clientes Proveedores Partners Medio ambiente RSC Socios

Magnitud hombre / mujer por categoría laboral Técnico 3

2009 2010 2011

2007 No 2008 No 2009 No 2010 No 2011

Hombreres Mujeres

http://www.informeannual2011.indra.es/informe_anual/principales-magnitudes-2010/cuadro-de-mando

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entra... PEd: RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como mede la... Búsqueda en el escritorio 11:27



Cámara
Madrid



Como medir la RSC Isabel Lopez Trisnadi@MITHU.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPREDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

2. Cuadro de Mando

AngloAmerican: innovación en rendición de cuentas

Incluir en la rendición de cuentas, indicadores de sostenibilidad permite evaluar su desempeño en responsabilidad.

Cuadro interactivo para visualizar el desempeño en temas críticos

	WATER	CO ₂ FROM PROCESSES & FOSSIL FUELS	CO ₂ FROM ELECTRICITY PURCHASED	TOTAL ENERGY USED	LAND UNDER COMPANY CHARGE (HA)
Download as Excel					
Select all		2011	Change	2010	Change
Platinum					
<input checked="" type="checkbox"/> Bathopele	479	+4.4	459	+79.0	276
<input checked="" type="checkbox"/> Khumbarani	855	+4.0	854	-21.2	1,134
<input checked="" type="checkbox"/> Khuselela	640	+4.9	610	-9.8	676
<input checked="" type="checkbox"/> Siphumelele	766	-5.7	812	-22.9	1,053
<input checked="" type="checkbox"/> Thembelani	695	+15.3	603	-5.3	637
<input checked="" type="checkbox"/> Tumele	1,021	-12.3	1,164	+12.0	1,039
<input checked="" type="checkbox"/> Dlamata	1,245	+195.7	422	-72.3	1,523
<input checked="" type="checkbox"/> Mogekwena	52	-52.7	110	-34.7	146
<input checked="" type="checkbox"/> Bokoni					
<input checked="" type="checkbox"/> Western Limb Tailings Retreatment	2,593	-3.1	2,677	-7.3	2,494
<input checked="" type="checkbox"/> Western Smelter	360	-17.1	434	-9.7	476
<input checked="" type="checkbox"/> Padukwana Smelter	230	+24.3	105	-19.0	220
<input checked="" type="checkbox"/> Rustenburg Base Metals Refinery	820	+6.6	769	-7.9	713
<input checked="" type="checkbox"/> Precious Metals Refinery	152	-18.7	167	-11.4	211
<input checked="" type="checkbox"/> Twickenham Mine	158	-23.7	207	-8.8	227
<input checked="" type="checkbox"/> Umoa	1,331				
<input checked="" type="checkbox"/> Union Mine	1,807	+3.1	1,753	-3.3	1,813
<input checked="" type="checkbox"/> Copper					
<input checked="" type="checkbox"/> Chagres	1,313	+5.0	1,261	+6.6	1,173
<input checked="" type="checkbox"/> El Soldado	5,902	+37.3	4,300	-15.1	5,064
<input checked="" type="checkbox"/> Los Bronces	14,853	-2.2	14,987	-14.6	17,547

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entra... Pied. RV: Present... Documentos - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como medir la... Búsqueda en el escritorio 11:27

Como medir la RSC Isabel Lopez Trisnadi@MITHU.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPREDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

3. Reporte de Responsabilidad

Diferentes formas de reportar

El reporte es uno de los mecanismos que la empresa puede usar para evaluar y medir sus avances en Responsabilidad Corporativa. Cada empresa define su forma de reportar, según criterios ya establecidos o según los suyos propios.

Ejemplos de reportes

Informe integrado

Decálogo de Compromisos

Memoria con reporte de indicadores propios de RC además de GRI

Telefónica

Natura

Ecopetrol

Mondragón

Santander

NH Hoteles

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entra... Pied. RV: Present... Documentos - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como medir la... Búsqueda en el escritorio 11:28



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Numerosas herramientas externas al servicio de las compañías

Existen **diferentes mecanismos externos** que **evalúan la Responsabilidad** y, que a su vez, le permiten a las compañías conocer el estado de su estrategia en este intangible.

- 1 Rankings
- 2 Premios de Responsabilidad Corporativa
- 3 Índices Bursátiles de Sostenibilidad
- 4 Evaluación de Analistas Financieros
- 5 Estándares de Reporting
- 6 Herramientas de Auto-diagnóstico

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

1. La RSC en los Rankings

La RSC, una variable en los monitores de reputación

Los monitores reputacionales de referencia evalúan la variable **responsabilidad** como una parte del todo que es la reputación.

FORTUNE World's Most Admired Companies	mt Britain's Most Admired Companies	Global RepTrak™ Pulse by Reputation Institute	merco Monitor Empresarial de Reputación Corporativa
1983	1994	1999	2000
<ul style="list-style-type: none"> Innovación Gestión de personas Uso de activos corporativos Responsabilidad social Calidad de la gestión Solidez financiera Inversiones a largo plazo Calidad de los productos y servicios Competitividad global 	<ul style="list-style-type: none"> Calidad de la gestión Solidez financiera Calidad de bienes y servicios Habilidad de atraer, desarrollar y retener el talento Valor a largo plazo Capacidad para innovar Calidad del marketing Responsabilidad social y medioambiental Empleo de activos corporativos 	<ul style="list-style-type: none"> Productos / servicios Innovación Resultados financieros Liderazgo Compromiso social Integridad Entorno de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> Resultados Económico-Financieros Calidad de la oferta comercial Reputación interna Ética y Responsabilidad Corporativa Dimensión internacional de la empresa Innovación



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

1. La RSC en los Rankings ... y evaluada al detalle por rankings específicos

Crecen los rankings específicos de Responsabilidad. Lo que permite a las compañías recibir una **radiografía de su comportamiento responsable**, elaborada por expertos.

The Sustainability Yearbook	Global 100 Most Sustainable Corporations in the World	World's Most Ethical Companies	Merco Responsabilidad y Gobierno
1999	2005	2007	2011
<ul style="list-style-type: none"> Dimensión Económica: Gobierno Corporativo, Gestión de Riesgos, Códigos de Conducta, Corrupción y Soborno, Gestión de la relación con el Cliente, Innovación, ... Dimensión Medioambiental: Reporte, Política medioambiental, Estrategia Cambio Climático, Ecoeficiencia, operacional, Gestión de productos, ... Dimensión Social: Reporte social, Indicadores Laborales, Desarrollo de capital humano, Atracción y retención de talento, Ciudadanía Corporativa y Filantropía, Salud y Seguridad ocupacional, ... 	<ul style="list-style-type: none"> Eficiencia energética Eficiencia en la gestión de GHG Eficiencia en el consumo de agua Eficiencia en la generación de residuos CEO y salario medio de los empleados "Clean Capitalism Paylink" Capacidad de innovación % de impuestos pagados Eficiencia en seguridad Rotación de los empleados Liderazgo en diversidad 	<ul style="list-style-type: none"> Programas éticos Reputación, liderazgo e innovación Gobernanza Responsabilidad Social Corporativa Cultura de la ética 	<ul style="list-style-type: none"> Comportamiento ético Transparencia y Buen Gobierno Responsabilidad con los empleados Compromiso con el MA y el cambio climático Contribución a la comunidad

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

2. Premios de Responsabilidad Corporativa Premios que examinan el compromiso responsable

La responsabilidad también se examina a través de los premios que, en este campo, reconocen el compromiso, la transparencia, la excelencia, las soluciones innovadoras relacionadas con la sostenibilidad y el impacto de estas iniciativas en la sociedad.



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

3. Índices Bursátiles de Sostenibilidad

Referencia en la evaluación del compromiso sostenible

Los **índices bursátiles de sostenibilidad** se han convertido en referencia para medir el **compromiso empresarial con la sostenibilidad**. El **DJSI**, consulta obligada para todos los inversores, desde 1999 clasifica las empresas más sostenibles, evaluándolas con más de 50 indicadores genéricos y específicos, dependiendo del sector que operan.

DOW JONES SUSTAINABILITY INDICES
in collaboration with RobecoSAM

TPG's overall sustainability performance

Environment, Social, Economic

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

4. Evaluación de Analistas Financieros

El mercado también analiza la sostenibilidad

Bloomberg Una de las plataformas líderes en información y negociación de acciones, ya utilizan más de cien métricas no financieras para complementar el análisis de las empresas

Sustainability data

ESG Disclosure Score	Score: 89.4	Score: 88.4
Environmental (75 Issues)	62.33	62.33
Environmental Disclosure Score	62.33	62.33
Direct CO2 Emissions	14,400,000	12,000,000
Indirect CO2 Emissions	9,600,000	9,200,000
Total CO2 Emissions	24,000,000	21,200,000
CO2 Intensity per Energy	0.24	0.23
Total GHG Emissions	74,400,000	72,000,000
Water Consumption	119,100	119,100
GHG Emissions	64.00	64.00
Total Energy Consumption	210,000,000	210,000,000
Water Consumption	117,000,000	117,000,000
Hazardous Waste	104.00	104.00
Environmental Fine \$	64.00	1.00
Social	64.00	64.00
Social Disclosure Score	64.00	64.00
Number of Employees	60,000,000	62,000,000
% Women in Mgt	14.00	14.00

Tipo de indicadores no financieros

Medio Ambiente	Social	Gobierno
Consumos, emisiones, reciclado, políticas, iniciativas, etc.	Empleados, diversidad de género, salud y seguridad, derechos humanos, inversión en la comunidad, etc.	Estructura del Consejo, remuneración, perfil consejeros, firma Pacto Mundial, compliance, etc.

BLACKROCK

Entre el 30 y el 40% de los cien mayores inversores institucionales del mundo valoran criterios extra-financieros como indicadores de una mejor gestión y menor exposición a riesgos



Cámara
Madrid



Como mede la RSC Isabel Lopez Trisandini (TIVU).pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

5. Estándares de Reporting

Permiten a las compañías evaluarse a la vez que rinde cuenta ante sus stakeholders

Otra de las vías para medir el alcance y la efectividad de la estrategia de responsabilidad es el **reporte**. A través de estas herramientas externas, la compañía rinde cuenta a la sociedad de su desempeño económico, social y medioambiental, y puede establecer una trazabilidad de sus acciones y evaluar su desempeño.

GRI: una de las herramientas más usadas para el Reporting

Una herramienta que evoluciona constantemente a partir de las demandas de los grupos de interés

En el 2000 se presentó la primera versión de su guía (G.1), en 2002 la segunda (G.2), en el 2006 apareció la tercera (G.3) que tuvo en 2011 una revisión (G3.1) y ahora, en 2013, acaba de ver la luz la versión G.4

Fuente: Global Reporting Initiative

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entra... Piel: RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como mede la... Búsqueda en el escritorio 11:29

Como mede la RSC Isabel Lopez Trisandini (TIVU).pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

5. Estándares de Reporting

Integración de indicadores GRI y Global Compact

Algunas compañías también integran el reporte de indicadores del Global Reporting Initiative (GRI) con el Informe de Progreso de los 10 Principios del Pacto Mundial.

Fuente: Informe de Sostenibilidad Corporativa Telefónica 2011

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entra... Piel: RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como mede la... Búsqueda en el escritorio 11:29



Cámara
Madrid



Como medir la RSC Isabel Lopez Trisandini (PINTIVO).pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

6. Herramientas de Auto-diagnóstico

Herramientas de medición de impacto socio-económico del WBCSD

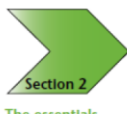
El World Business Council for Sustainable Development lanzó, en Febrero de 2013, una **guía sobre los retos y la importancia de medir el impacto socio-económico de las empresas**. Se basa en un proceso de cuatro pasos para identificar, medir, evaluar y gestionar el impacto socio-económico de una empresa.

Fases para la medición de impacto socio-económico



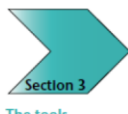
Section 1
The business case

Definir y articular el caso al negocio para la medición del impacto socio-económico dentro de la empresa



Section 2
The essentials

Entender los fundamentos de la teoría de la medición de impacto, y comunicarse con sus grupos de interés internos y externos en esta temática



Section 3
The tools

Seleccionar la herramienta a aplicar, de las 10 que propone el WBCSD, con un enfoque funcional y adecuado a los objetivos, costo y complejidad de la implementación



Section 4
The road ahead

Proponer áreas de enfoque de los esfuerzos para avanzar en la práctica de la medición del impacto socio-económico

Fuente: <http://www.wbcsd.org/impact.aspx>

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entr... Pied. RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como medir la... Búsqueda en el escritorio 11:29

Como medir la RSC Isabel Lopez Trisandini (PINTIVO).pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

6. Herramientas de Auto-diagnóstico

Dircom 2R: herramienta de autodiagnóstico de RSC

Dircom 2R es otra herramienta que permite a la compañía autoevaluar el estado actual de su RSC con un enfoque reputacional para poder definir estrategias y gestionar de forma eficaz los aspectos de mayor generación de valor.

dircom 2R Herramienta Dircom2R
Asociación de Directivos de Comunicación Integración de la RSC y la Reputación

3. Comportamiento con los empleados

Indique si o no según corresponda a la realidad de su Empresa

Indicador	Si	No
Programas de formación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programas de gestión y desarrollo del talento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planes de igualdad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canales de comunicación que fomenten la participación y bidireccionalidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programas de salud y seguridad laboral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estudios de clima laboral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formación en derechos humanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anterior Siguiente

Diagnóstico

Indicador	Valor	Calificación
1. Comportamiento Ético	45	Excelente
2. Transparencia e Información	44	Excelente
3. Comportamiento con los empleados	41	Bueno
4. Medio Ambiente y Cambio Climático	51	Excelente
5. Contribución a la Comunidad	22	Regular

Conclusiones

- El estado de esta variable aporta una serie de claves para optimizar la gestión de los factores que configuran la RSC e influyen en la reputación corporativa.
- De esta manera, se pueden señalar los aspectos en los que la empresa se encuentra en una situación más precaria o requiere impulsar aspectos con valoración aceptable, o mantener y poner en valor los factores que se encuentran en un estado óptimo.
- El objetivo es identificar y optimizar la gestión de los aspectos integrables y el reconocimiento de los diferentes grupos de interés.

Anterior Recomendaciones

Fuente: Villafañe & Asociados

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entr... Pied. RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como medir la... Búsqueda en el escritorio 11:29



Cámara
Madrid





Cámara
Madrid



Como mede la RSC Isabel Lopez Trisnadit PDF - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid GRUPO 5

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Merco Responsabilidad y Gobierno

Las compañías más responsables en cada variable

Comportamiento ético	Transparencia y Buen Gobierno	Responsabilidad con los empleados	Compromiso con el MA y el cambio climático	Contribución a la comunidad
INDITEX	INDITEX	MERCADONA	IBERDROLA	CAIXABANK
MERCADONA	SANTANDER	GOOGLE	ACCIONA	ONCE Y SU FUNDACIÓN
CAIXABANK	BBVA	INDITEX	REPSOL	INDITEX
IBERDROLA	TELFÓNICA	IBERDROLA	ENDESA	TELFÓNICA
TRIODOS BANK	REPSOL	IKEA	GAS NATURAL FENOSA	MERCADONA
REPSOL	CAIXABANK	CAIXABANK	GAMESA	EAE BUSINESS SCHOOL
ONCE Y SU FUNDACIÓN	IBERDROLA	REPSOL	IKEA	SANTANDER
IKEA	MERCADONA	ONCE Y SU FUNDACIÓN	ABENGOA	BBVA
SANTANDER	IKEA	SANTANDER	INDITEX	LA FAGEDA
TELFÓNICA	REE	MICROSOFT	REE	REPSOL

Fuente: Merco Responsabilidad y Gobierno 2013

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entra... Pied: RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como mede la... Búsqueda en el escritorio 11:29

Como mede la RSC Isabel Lopez Trisnadit PDF - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid GRUPO 5

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

España entre los países con mayor número de empresas en los rankings globales de responsabilidad

22 compañías españolas en el ranking

España se posiciona en cuarto lugar entre los países con mayor número de empresas en la categoría Gold Class

sam The Sustainability Yearbook

2013				
Sector Leaders	Sector Movers	Silver Class	Bronze Class	Runners Up

GLOBAL100 Global 100 Most Sustainable Corporations in the World

2013			
 22	 26	 29	 84

Inicio Publicaciones y L... LIMPLOS Bandeja de entra... Pied: RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como mede la... Búsqueda en el escritorio 11:29



Cámara
Madrid



Como medir la RSC: Isabel Lopez Triana (DEFINITIVO).pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Los Índices Bursátiles de Sostenibilidad reconocen gran porcentaje de empresas españolas

17 compañías españolas en el Dow Jones Sustainability Index

2012

13 compañías españolas en el FTSE4Good Index

2012

Inicio | Publicaciones y L... | LIMPLOS | Bandeja de entr... | Prev. RV: Present... | Documentos - MC... | CUADERNO DE A... | Gráficos ventas E... | Registro VENTA D... | Como medir la... | Búsqueda en el escritorio

Como medir la RSC: Isabel Lopez Triana (DEFINITIVO).pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Merco Responsabilidad y Gobierno

Tendencia de la RSC: una gestión limitada a lo inmediato

Del Análisis Factorial de Correspondencias de Merco Responsabilidad y Gobierno se deduce una división en tres factores: Compromiso medioambiental, Contribución a la comunidad y Gestión ética.

Las variables de la RSC actualmente quedan limitadas a la gestión ética interna, dado que el **compromiso medioambiental** se configura también como un factor aislado y exige -igual que la contribución comunitaria- aplicación de recursos.

Identificación y diferenciación de los factores determinantes de la RSC

Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Merco 2012

Inicio | Publicaciones y L... | LIMPLOS | Bandeja de entr... | Prev. RV: Present... | Documentos - MC... | CUADERNO DE A... | Gráficos ventas E... | Registro VENTA D... | Como medir la... | Búsqueda en el escritorio



Cámara
Madrid



Como medir la RSC Isabel Lopez Irujo (FINITIVO).pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid **GRUPO 5**

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

¿Cuál es la confianza actual en las empresas?

En el Trust Barometer 2013, la confianza en las instituciones y organizaciones en general mejora aunque hay mucho trabajo por hacer

Figure 2: Trust on the Rise Across Institutions, But Weak Intensity Persists

How much do you trust each institution to do what is right?

“Building trust has never been more important, nor more challenging”

Institution	2012	2013	Trust Total
GOVERNMENT	12%	16%	48%
BUSINESS	14%	17%	58%
MEDIA	11%	17%	57%
NGOS	19%	22%	63%

Edelman trustbarometer

El Trust Barometer de Edelman se basa en una encuesta online a una muestra de 25.000 personas población general con una muestra adicional de 5,600 personas público informado en dos franjas de edad (25-34 and 35-64) en 25 países.

Inicio Publicaciones y Li... LIMPLOS Bandeja de entra... Pied: RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como medir la... Búsqueda en el escritorio 11:30

Como medir la RSC Isabel Lopez Irujo (FINITIVO).pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid **GRUPO 5**

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Baja confianza en el comportamiento de los líderes

Los porcentajes de confianza en los líderes son muy bajos y la realidad actual demanda un cambio de comportamiento para el liderazgo

How much do you trust business and government leaders to do the following?

Alta opacidad de los líderes: solo un 18% considera que dicen la verdad y son transparentes

Category	Business Leaders	Government Leaders
SOLVE SOCIAL OR SOCIETAL ISSUES	26%	15%
CORRECT ISSUES WITHIN INDUSTRIES THAT ARE EXPERIENCING PROBLEMS	20%	15%
MAKE ETHICAL AND MORAL DECISIONS	19%	14%
TELL YOU THE TRUTH, REGARDLESS OF HOW COMPLEX OR UNPOPULAR IT IS	18%	13%

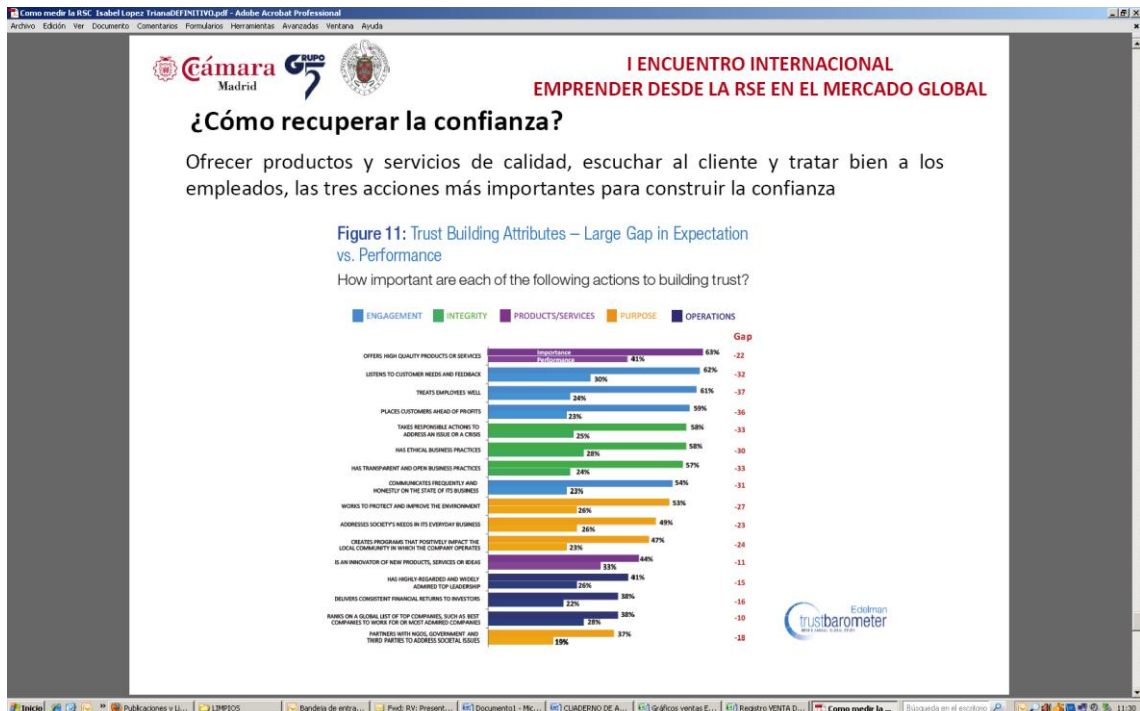
Edelman trustbarometer

El Trust Barometer de Edelman se basa en una encuesta online a una muestra de 25.000 personas población general con una muestra adicional de 5,600 personas público informado en dos franjas de edad (25-34 and 35-64) en 25 países.

Inicio Publicaciones y Li... LIMPLOS Bandeja de entra... Pied: RV: Present... Documental - MC... CUADERNO DE A... Gráficos ventas E... Registro VENTA D... Como medir la... Búsqueda en el escritorio 11:30



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Muchas gracias

iltriana@villafane.com

Villafañe&Asociados
CONSULTORES
www.villafane.com



Cámara
Madrid



La Responsabilidad Social como creación de valor compartido

Clara Bazán Cea

Directora de Responsabilidad Social de Mapfre



I Encuentro Internacional Emprender desde la RSE en el mercado global 6 y 7 de junio de 2013

En este encuentro aprenderás a diferenciarte de tus competidores de la mano de los mejores expertos nacionales e internacionales y de los mentores más cualificados de las principales compañías españolas y del ámbito institucional



**Responsabilidad Social y creación de VALOR.
Orientación al Cliente**

Clara Bazan Cea

Directora de Responsabilidad Social MAPFRE



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

- I. Algunos datos sobre MAPFRE
- II. MAPFRE y la Responsabilidad Social
- III. Buenas practicas de RSE orientadas a emprendedores



Cámara
Madrid



Multinacional que desarrolla, principalmente, actividades aseguradoras, reaseguradoras y de servicios



Multinacional que desarrolla, principalmente, actividades aseguradoras, reaseguradoras y de servicios





Cámara
Madrid



- ✓ **Líder del Seguro español**
- ✓ **Líder del Seguro No Vida en Latinoamérica**
- ✓ **Uno de los líderes europeos de No Vida**
- ✓ **Uno de los principales grupos del mundo en Reaseguro y Asistencia**



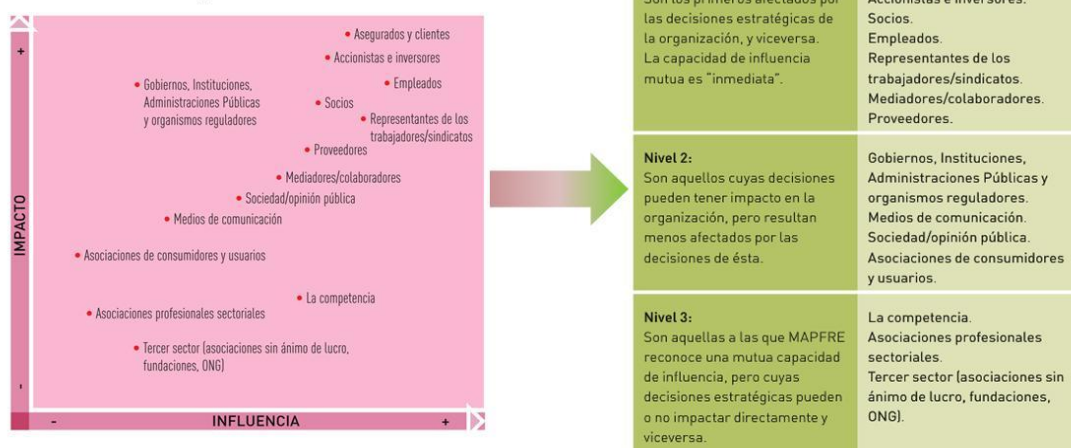


Cámara
Madrid



- ✓ La Responsabilidad Social es un compromiso voluntario y estratégico que busca generar valor para la empresa y, al mismo tiempo, para todos sus grupos de interés.
- ✓ Entendemos la RS como un principio de reciprocidad entre la compañía y sus *stakeholders*. (*Corresponsabilidad*)
- ✓ Cumplir con los objetivos, obtener resultados y contar con para ello con los grupos de interés.

Hemos analizando el impacto y la influencia de los públicos con los que se relaciona el Grupo, identificando aquellos que son estratégicos y estableciendo planes de actuación con ellos.



En este proceso, al mismo tiempo que se fijan los compromisos de la compañía, se define qué se espera de la otra parte.

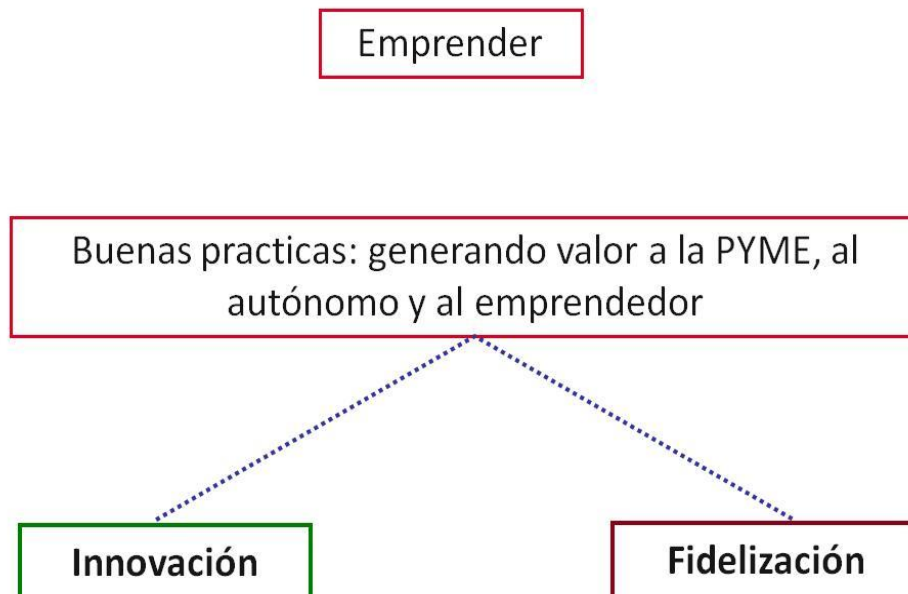


El compromiso de MAPFRE con sus clientes

- Innovar de forma permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor.
- Prestar un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado.
- Prestar un asesoramiento honesto.
- Procurar la confidencialidad de sus datos.
- Resolver las reclamaciones, utilizando los cauces establecidos para ello, en el plazo más breve posible.

¿Qué espera MAPFRE de sus clientes?

- Confianza en la compañía.
- Honestidad en sus relaciones con MAPFRE.
- Comunicación abierta y constructiva, que ayude a mejorar los productos y servicios del Grupo.





Cámara
Madrid



Compromiso: Innovar en productos y servicios que generan valor a nuestros clientes!

El **Seguro Autoemprendedor** es un producto **Multirriesgo** que ofrece una cobertura integral frente a los riesgos a los que puede estar expuesto el **autónomo**.



Específicamente orientado al **trabajador autónomo**, que desarrolla una actividad o gestiona un pequeño negocio que está a su nombre (NIF), generalmente desde un planteamiento de autoempleo, con reducidos volúmenes de facturación anual y habitualmente sin empleados (con uno o dos trabajadores a su cargo como máximo).

Emprender

Buenas practicas: generando valor a la PYME, al autónomo y al emprendedor

Innovación

Fidelización



Cámara
Madrid



Seguros a Particulares **Seguros Autónomos** Seguros Empresas Acerca de MAPFRE Accionistas e Inversores Prensa Responsabilidad Social FUNDACIÓN MAPFRE

MAPFRE SEGUROS AUTÓNOMOS Trabajar en MAPFRE

Para tu NEGOCIO Para TI y tus EMPLEADOS Para tu FAMILIA Para tu FUTURO SERVICIOS Área de Clientes

Cuidamos tu empresa

El programa de fidelización que ofrece servicios de valor añadido a empresas y autónomos

Asesoramiento personalizado
¿Tienes dudas?
Déjanos tus datos y te llamamos



Actualidad

Una de las mayores trabas que debe afrontar un emprendedor es la búsqueda de financiación. Entre las cada vez más escasas opciones disponibles, se cuentan los Business Angels (BA). ¿Sabes cómo encontrarlos?

[Ver más](#)

HISTÓRICO DE NOTICIAS

¿Cuáles son las obligaciones fiscales que debe cumplir la empresa al empezar su actividad?

[Ampliar información](#)

Si quieres montar tu negocio, no te dejes intimidar por las grandes empresas

[Ampliar información](#)



El programa de MAPFRE que te ayuda a mejorar tu empresa



MAPFRE

Qué es
Cuidamos tu empresa

Bonos Web

Asistencia Jurídica

¿Qué NECESITAS?

MAPFRE te ayuda



Si eres asegurado MAPFRE ¿Quieres saber cómo puedes...?



Aumentar la visibilidad
de tu empresa



Asesorarte Legal y
Jurídicamente



Ganar clientes



Proteger tu Imagen en
Redes Sociales



Anunciar tus Productos
y Servicios

Si eres asegurado MAPFRE
y aún no Cuidamos tu empresa

Solicítalo [aquí](#)

SEGURO PARA COMERCIOS
DUERMA TRANQUILLO, SU COMERCIO
ESTÁ SEGURO

Infórmese en su Oficina MAPFRE
o en el 902 1 865 24

Busca tu oficina MAPFRE
más cercana



¿Quieres saber
cómo MAPFRE
puede ayudarte
a mejorar tu
empresa?



Cámara
Madrid



Por ser asegurado MAPFRE

En Cuidamos tu empresa, MAPFRE ofrece una serie de servicios que aportan alto valor a nuestros asegurados.

- Te ayudamos a expandir tu empresa, tener un escaparate en Internet dándole la visibilidad que necesita en buscadores, Facebook, Twitter, etc y ganar clientes
- Mas que una asistencia jurídica, te ayudamos a gestionar tu negocio: asistencia Legal en todas las ramas del Derecho, incluso en el uso de las redes sociales; redacción y revisión de todo tipo de contratos y documentos legales, te estudiamos la modalidad jurídica más conveniente para minimizar tu fiscalidad personal y la de tu negocio o si necesitas constituir una empresa o negocio, o cambiar de autónomo a S.L.

Por ser asegurado MAPFRE

CONSULTORÍA en Responsabilidad Social



Accede [aquí](#)

CONOCE más en detalle el programa RSE-PYME

Más información



INFORMACIÓN que puede ser de tu INTERÉS



MAPFRE

MAPFRE quiere asesorarte en el ámbito de la Responsabilidad Social, en un momento en el que los criterios de sostenibilidad son cada vez más demandados.

La Dirección de RS de MAPFRE se pone a tu disposición

Programa RSE-PYME

MAPFRE, junto con el ICO y la Red Española del Pacto Mundial, participa en la iniciativa RSE-PYME que tiene como objetivo ayudar a las empresas para que la gestión de la Responsabilidad Social sea una tarea sencilla y ágil. Esta iniciativa es SIN COSTE ALGUNO para tu empresa (licencias limitadas)



Cámara
Madrid



Red Pacto Mundial
España



¿Por qué la RSE
es importante
para las PYME?

- ➔ Beneficios para la PYME
- ➔ ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?
 - ¿Cuáles son los ámbitos de aplicación de la RSE?
 - Radiografía de las PYME sostenibles
 - Los Indicadores de Sostenibilidad de las PYME
- ➔ La Ley de Economía Sostenible y la PYME
- ➔ Los Grupos de Interés
 - ¿Cómo se identifican?
 - ¿Cómo se comunican las PYME y sus Grupos de Interés?

Iniciativa
RSE-PYME

Está usted en: [Inicio](#) > Beneficios para la PYME

BENEFICIOS PARA LA PYME

Hoy en día los consumidores, clientes y usuarios cuentan con más información que antes para llevar a cabo sus decisiones de compra o inversión. Este grado de conocimiento les lleva a exigir a las organizaciones un mayor cuidado del medio ambiente, a reclamar respeto por la dignidad de las personas o a exigir transparencia en la información. Por ello, las empresas deben ser muy conscientes de cuáles son sus responsabilidades y deben medir los riesgos que afrontan en todos sus ámbitos de actuación; no es sólo lo que hacen sino también el cómo y el con quién lo hacen.

En este sentido, las PYME cuentan con un mayor nivel de flexibilidad, lo que les permite responder rápidamente a las demandas de la sociedad y advertir las señales que genera el mercado. Estas respuestas y la importancia de establecer sistemas de gestión de RSE acordes a las señales del mercado, se demuestra a través de los beneficios que dicha integración reporta a las PYME. Los beneficios más destacados son:

- ➔ Normativos
- ➔ Económico-Financieros
- ➔ Gestión
- ➔ Reputacionales (Marca)
- ➔ Aumento de competitividad en los mercados
- ➔ Recursos Humanos

Muchas Gracias!

cbazanc@mapfre.com



La coordinación académica de este Encuentro está dentro del marco del Proyecto DESAFÍO: "Medidas fiscales para promover la inversión extranjera socialmente responsable: aproximación jurídica y repercusiones contables e institucionales en las economías en desarrollo" (DER2012-36510)



Cámara
Madrid



NH Hoteles, empresa responsable del sector Turismo

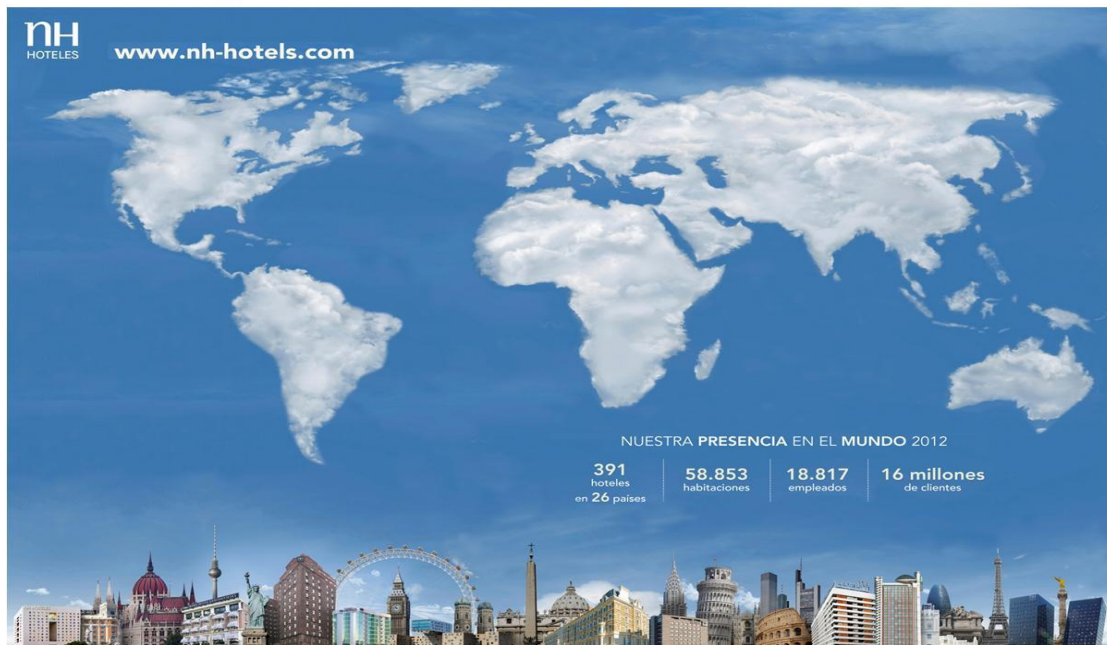
Marta Martín Martín

Directora de Responsabilidad Corporativa de NH Hoteles

El enfoque sostenible de NH Hoteles

m.martinmartin@nh-hotels.com

Nuestra presencia en el Mundo





Cámara
Madrid



Somos empresa responsable del sector turismo

Nuestra Visión

Recompensar el tiempo que nos dedican nuestros clientes, mejorando su experiencia y contribuyendo a un mundo más sostenible.

Nuestra Misión

NH Hoteles ofrece servicios de hostelería que se anticipan a las necesidades de sus grupos de interés (Clientes, Accionistas, Empleados, Proveedores, Medio Ambiente y la Sociedad) con soluciones consistentes, eficientes y sostenibles. Aspiramos a liderar el sector turismo en desarrollo sostenible y servir de inspiración para otros.

Nuestros Valores

- Orientación a las personas
- Innovación
- Responsabilidad medioambiental
- Sentido del negocio



NH Hoteles, empresa responsable del sector Turismo

Nuestros Grupos de Interés

Nuestra gestión de la Responsabilidad Corporativa

- Las pautas para la Gestión de Responsabilidad Corporativa se marcan desde el máximo responsable, integrando la Responsabilidad Corporativa en la estrategia empresarial.
- Se estableció y puso en marcha el Plan Director de RC 2007- 2009 que han marcado las líneas estratégicas y el Plan de Acción anual por Grupo de Interés.
- Aprobación del Plan Director RC 2011-2013 incidiendo en el diálogo con los grupos de interés para identificar sus necesidades y expectativas.
- Existencia de Comité de RSC y Sostenibilidad. Definición y seguimiento de la estrategia de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de la Compañía. Aprobación del Plan Director de RC y definición de un Plan de Acción. Coordinación y seguimiento de los 40 indicadores de RC.
- Definición de políticas globales de RC y Sostenibilidad que se articulan en el seguimiento de objetivos de gestión hasta el nivel de hotel.
- Dirección por objetivos (DPO): todos los directivos de la compañía tienen definido el cumplimiento de objetivos anuales.
- Creación de una cultura global de responsabilidad.



Cámara
Madrid



Hitos de la RC en NH



RSC como Oportunidad de Negocio

De la Gestión del Riesgo....



...a la Gestión de las **Oportunidades!**



Cámara
Madrid



Mapa de Beneficios y Oportunidades



Responsabilidad Corporativa

ACCIONISTAS E INVERSORES

- ✓ Rendición de cuentas veraz y transparente
- ✓ Informe de Gobierno Corporativo
- ✓ Nuevo Código de Conducta
- ✓ Incorporación FTSE4Good – Fondo Noruego Pensiones

EMPLEADOS

- ✓ Encuesta de Satisfacción de Empleados
- ✓ Diversidad e Igualdad de Oportunidades. Plan de Igualdad
- ✓ Programas de Desarrollo Interno
- ✓ New Heights: People & Talent Management Program

CLIENTES

- ✓ Foco en la Calidad y la Innovación- Quality Focus On line
- ✓ Desayunos AntiOx
- ✓ NH Hoteles se convierte en la primera cadena hotelera en ofrecer Wifree





Cámara
Madrid



Responsabilidad Corporativa

PROVEEDORES

- ✓ Evaluación de proveedores con criterios sociales y medioambientales
- ✓ Proveedores éticos y responsables. Código de Conducta
- ✓ "Club NH Sostenible": 22 soluciones innovación
- ✓ Compras locales



COMUNIDADES Y ONG'S

- ✓ Líneas de actuación global con implantación local
- ✓ Up! for the People: Up for Opportunities, Up! for Volunteering, Up! for Hospitality
- ✓ Bono Amigo Solidario y Tarifa Empleado



MEDIO AMBIENTE

- ✓ Plan Estratégico Medioambiental 2008-2012. Exitoso cumplimiento de objetivos con un año de antelación.
- ✓ Pioneros en el sector en **innovación sostenible**.
- ✓ Green Certification
- ✓ Ecomeeting. Compensación de Emisiones



Comunicación y Reporting

Hemos publicado **6 Memorias de Responsabilidad Corporativa**. Se distribuyen entre nuestros grupos de interés. **Hacemos una versión especial reducida para todos nuestros empleados.**

2007



2008



2009



2010



2011



Además, informamos a nuestros empleados de las iniciativas más relevantes en nuestras **Newsletters de Responsabilidad Corporativa**.

RC Y SOSTENIBILIDAD en WEB CORPORATIVA

Pueden consultar toda esta información en el apartado de RC Y Sostenibilidad.

<http://corporate.nh-hotels.com/es>





Cámara
Madrid



Reputación Corporativa



INTERNATIONAL TOURISM
PARTNERSHIP
Responsible TOURISM through Responsible LEADERSHIP



FTSE4Good

- NH Hoteles, única cadena hotelera española en adherirse a la **International Tourism Partnership (ITP)** y el **Club de Excelencia en Sostenibilidad**
- Diversos premios y reconocimientos:
 - ✓ **Premio Procurecon y P. Corresponsables** por la creación del **Club NH Sostenible**.
 - ✓ **Empresa Top Employer** en Italia, España, Holanda, Bélgica, Alemania, UK y MX.
 - ✓ **Premio CSR Marketplace** y **Premio Seres** por el proyecto social **Menudos Corazones**
 - ✓ Finalistas Memoria RC 2011 **Corporate Resgister**
 - ✓ **Premio GreenBuilding** y **GreenLight** de la Comisión Europea
 - ✓ Sustainability Gold Medal **Global Business Travel Association**
 - ✓ **Sustainable Development Hospitality Awards**
- **110 Certificaciones medioambientales** (ISO 14001, Green Key, Green Globe,...)
- Un año más, NH Hoteles es considerada la **Empresa Responsable** de referencia en el sector turismo (Informe MERCO 013)

Los Retos: Conclusiones

- Poder contar con una **Alta Dirección comprometida** con la gestión y oportunidad que supone la Responsabilidad Corporativa.
- Redefinición de la Visión, Misión y Valores. Identificación de los riesgos y las oportunidades. **Definición Estratégica**.
- Definir la materialidad y las líneas estratégicas a implantar en la Compañía para los diferentes grupos de interés. **Planes Directores** trianuales y de **Acción** con carácter anual.
- Articular sistemas de escucha y diálogo con los grupos de interés. Importante articular canales globales y locales para conocer las expectativas por mercados.
- Proceso de seguimiento, **medición** y mejora continua de los compromisos adquiridos.
- Coordinación, consenso y colaboración interdepartamental en la definición y puesta en marcha de las iniciativas.
- Implicación de las Unidades de Negocio en la definición de **Planes de Acción Locales**.
- **Comunicación transparente** para todos los grupos de interés y la sociedad en general siguiendo estándares internacionales de reporting.
- Verificación de los Informes Anuales.
- Creación de una **Cultura de Responsabilidad: Top-Down // Down-Top**



Cámara
Madrid



La sostenibilidad impulsa el negocio de Enagás

Javier Perera de Gregorio

Director de Organización y RSC de Enagás



I Encuentro Internacional Emprender desde la RSE en el mercado global 6 y 7 de junio de 2013

En este encuentro aprenderás a diferenciarte de tus competidores de la mano de los mejores expertos nacionales e internacionales y de los mentores más cualificados de las principales compañías españolas y del ámbito institucional



LA SOSTENIBILIDAD IMPULSA EL NEGOCIO DE ENAGÁS

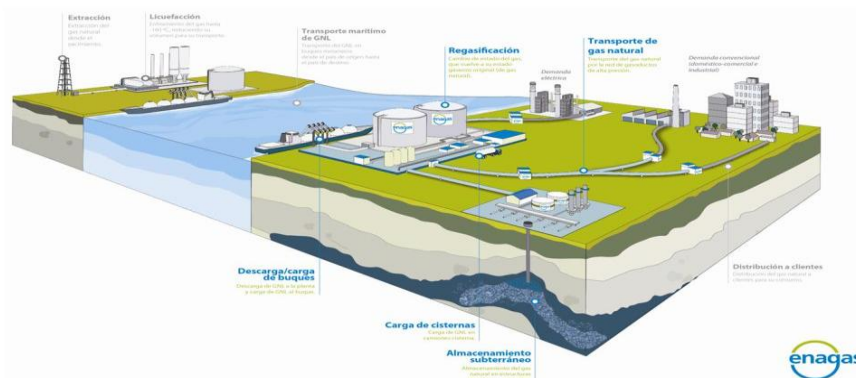
Javier Perera de Gregorio
Director de Organización y RSC, ENAGAS



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

EL NEGOCIO DE ENAGÁS

Enagás es la compañía líder en transporte, regasificación y almacenamiento de gas natural en España y Gestor Técnico del Sistema Gasista español





Cámara
Madrid



I ENCUESTO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

EL NEGOCIO DE ENAGÁS

Enagás es la compañía líder en transporte, regasificación y almacenamiento de gas natural en España y Gestor Técnico del Sistema Gasista español

Construcción de infraestructuras

Hemos desarrollado una red mallada de gasoductos, plantas de regasificación y almacenamientos subterráneos



Gestión Técnica del Sistema

Coordinamos el buen funcionamiento del Sistema Gasista español las 24 horas, los 365 días del año

Operación y mantenimiento

Operamos nuestras infraestructuras y realizamos continuas tareas de conservación para garantizar su buen estado



I ENCUESTO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

LA SOSTENIBILIDAD EN ENAGÁS

La Actualización Estratégica 2013-2015 incluye la sostenibilidad como impulso al desarrollo de negocio de la compañía:

ACTUALIZACIÓN ESTRATÉGICA 2013-2015

EJES ESTRATÉGICOS

Priorizar el negocio *core*: activos regulados en España

Mejora de la política de retribución al accionista

Aprovechar oportunidades de crecimiento internacional

Sostenibilidad como impulso al desarrollo del negocio de la compañía

⇒ Enagás entiende la **Responsabilidad Social Corporativa (RSC) / Sostenibilidad** como: “la contribución activa y voluntaria de la organización a la mejora en los ámbitos económico, social y ambiental, que permite incrementar su valor añadido y adquirir ventaja competitiva”.





Cámara
Madrid



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

LA SOSTENIBILIDAD EN ENAGÁS

Para Enagás la RSC / Sostenibilidad es un instrumento fundamental para identificar e implantar mejoras en la organización que nos permitan adaptarnos al nuevo contexto económico y de mercado.



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

LA SOSTENIBILIDAD EN ENAGÁS

La Estrategia de RSC de Enagás (Visión 2020) establece tres objetivos clave para impulsar los nuevos retos de la compañía, tanto en la gestión de activos en España, como en su crecimiento internacional:



Cada uno de los objetivos estratégicos se desarrolla en líneas de mejora recogidas anualmente en el Plan Director de Calidad, Excelencia y Sostenibilidad, vinculado a la retribución variable de los empleados.



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

EL MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE EN ENAGÁS

El Modelo de Gestión Sostenible de Enagás constituye un instrumento fundamental para impulsar el cambio, a través de la innovación y mejora, con mecanismos de evaluación en los ámbitos de la Calidad, Excelencia, Sostenibilidad y gestión de grupos de interés.



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

EL MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE EN ENAGÁS

El esfuerzo de todos los que conformamos Enagás nos ha permitido avanzar día a día en la integración de la sostenibilidad en la gestión:





Cámara
Madrid



RSE interna y externa: la experiencia de Eroski

Alejandro Martínez Berriochoa

Director de Información al Consumidor y Responsabilidad Social de Eroski




#emprenderconRSE

I Encuentro Internacional
Emprender desde la RSE en el mercado global
6 y 7 de junio de 2013


RSE INTERNA Y EXTERNA. LA EXPERIENCIA DE EROSKI	Alejandro Martínez Berriochoa Director de Información al Consumidor y Responsabilidad Social de EROSKI
---	---

Cámara Madrid



ÍNDICE

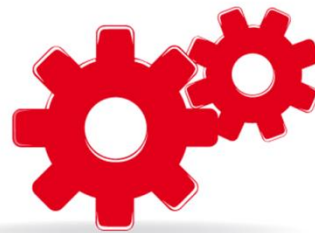
- 01 RESPUESTA 1: TOMAR CONCIENCIA
- 02 RESPUESTA 2: ACTUAR SOBRE LO QUE VENDE
- 03 RESPUESTA 3: ACTUAR SOBRE CÓMO LO VENDE
- 04 RESPUESTA 4: INFORMAR AL CONSUMIDOR
- 05 RESPUESTA 4: FORMAR AL CONSUMIDOR
- 06 RESPUESTA 5: COLABORAR CON EL PROFESIONAL
- 07 RESPUESTA 5: TRABAJADORES
- 08 RESPUESTA 5: ENTORNO

 BuyPremium
Especial Bienes 2013, moda Fred Perry, especial Texti No...

2



01 TOMAR CONCIENCIA



3

EROSKI, organización peculiar

Eroski como empresa de distribución de base cooperativa

Los consumidores están integrados en la organización de manera orgánica.

Escucha a las demandas sociales como parte natural del ADN.

Eroski como agente social que busca cambiar y mejorar la realidad

Devolución social de los beneficios: 10% a través de Fundación Eroski

CONCLUSIÓN

Decidida actuación estratégica por la SOSTENIBILIDAD.

01

Tomar conciencia

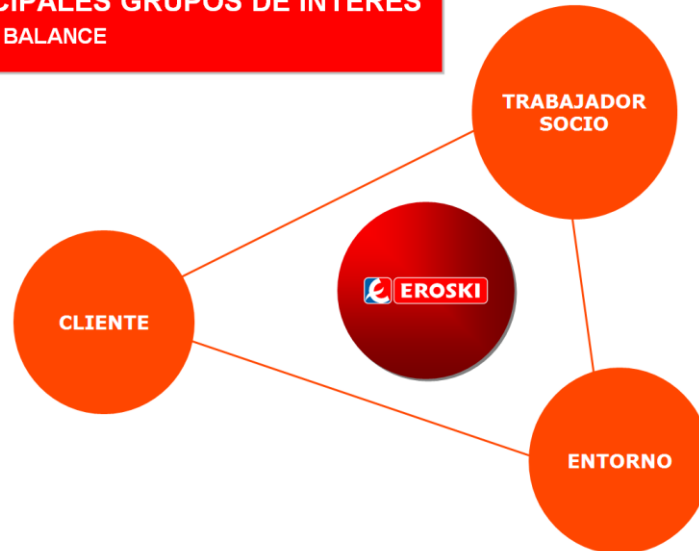
4



Cámara
Madrid



PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS TRIPLE BALANCE



01

Tomar conciencia



02 ACTUAR SOBRE LO QUE SE VENDE



6



Cámara
Madrid



Sin grasas trans* Cómo las hemos retirado de nuestros productos



Las grasas vegetales parcialmente hidrogenadas afectan negativamente a la salud cardiovascular. Por ello, decidimos eliminarlas de todos nuestros productos EROSKI sustituyéndolas por grasas más saludables, pensando sobre todo en ti.

En el FOCO, sesión de participación abierta con los consumidores celebrado en marzo de 2007, éstos nos pidieron alimentos más sanos y nosotros comenzamos a trabajar en la retirada de las grasas vegetales parcialmente hidrogenadas en nuestros productos de marca propia. A partir de entonces, hemos sido capaces de eliminar 52 toneladas de grasas trans al año de nuestros lineales.

7



8



Cámara
Madrid



EROSKI Sannia

Productos con menos sal



Porque "nos pasamos de salados", EROSKI Sannia te ofrece productos con al menos una reducción del 25% de sal. Así ayudamos a evitar problemas de hipertensión o del corazón. Menos sal es más salud.

EROSKI Sannia

Productos con menos azúcares



10



PRODUCTOS SOSTENIBLES

- Ecodiseño



02

ACTUAR SOBRE LO QUE SE VENDE

11



PRODUCTOS SOSTENIBLES

- Pesca sostenible



02

ACTUAR SOBRE LO QUE SE VENDE

12



PRODUCTOS SOSTENIBLES

- Comercio justo.
- Algodón orgánico certificado de Comercio Justo.

02

ACTUAR SOBRE LO QUE SE VENDE



13

PRODUCTOS SOSTENIBLES

- Productos certificados FSC.

02

ACTUAR SOBRE LO QUE SE VENDE



14



PRODUCTOS SOSTENIBLES

- Bolsa reutilizable, con el reciente lanzamiento de una bolsa reutilizable solidaria, cuyos íntegros beneficios apadrinan diferentes proyectos de ONG.



02

ACTUAR SOBRE LO QUE SE VENDE

15

PRODUCTOS SOSTENIBLES

- Apuesta por lo local



VACUNO EROSKI NATUR
POR SU TERNEZA
Y SABOR.

Sergio Pérez,
te lo cuenta...



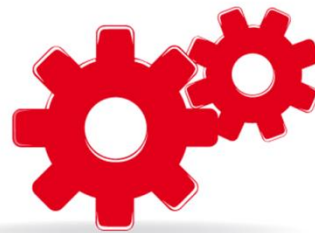
02

ACTUAR SOBRE LO QUE SE VENDE

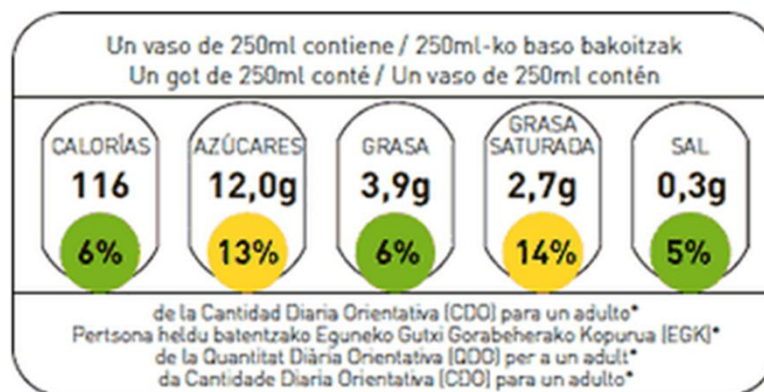
16



03 ACTUAR EN CÓMO SE VENDE



17



18



Cámara
Madrid



Premio de la Academia Española de la Nutrición 2013

20



Cámara
Madrid



04 INFORMAR AL CONSUMIDOR



21



22

RESTAURANTES ANALIZADOS: 180 MENÚS INFANTILES DE 14 CAPITALS

afondo

Menús infantiles en restaurantes: poca variedad y baja calidad dietética

UN 93% NO INCLUYE LEGUMBRES EN SUS OPCIONES, UN 78% TAMPOCO VERDURA Y OTRO 56% NI SIQUERA PESCADO

Comer fuera de casa cuando se tienen hijos es, a veces, todo un reto. Además de la batalla del "esto me gusta, esto no me gusta", la aventura muchas veces comienza por encontrar un restaurante que incluya en su carta un menú infantil y que, ante todo, sea equilibrado.

Y es que la alimentación no solo ha de cuidarse en casa, también en un restaurante se puede educar a los más pequeños en el arte de comer de manera saludable y equilibrada. Con el propósito de conocer la calidad nutricional de los menús infantiles que se ofrecen en los restaurantes de nuestro país, EROSKI CONSUMER ha visitado 180 establecimientos ubicados en 14 capitales: Barcelona, Bilbao, Logroño, Madrid, Málaga, Murcia, Oviedo, Pamplona, San Sebastián, Santander, Sevilla, Valencia y Vitoria. En cada local, se solicitó información detallada sobre la oferta culinaria para los más pequeños (tipo de platos, ingredientes, técnicas culinarias, etc.) con la intención de ser padres o madres de un niño de 5 años y querer comer fuera un sábado cualquiera. No siempre disponían de un menú infantil por escrito, pero mostraron uno; también por ofrecer platos combinados, otros diseñaban un menú infantil teniendo en cuenta su carta y otros educaban el menú de los adultos.

En líneas generales, se observó que los menús infantiles analizados no ofrecen platos variados ni equilibrados. Con la mitad de ellos no se logra aprobar el examen científico propuesto por EROSKI CONSUMER, fundamentalmente por la insuficiente variedad de alimentos que incluyen (sin legumbres y la verdura no son nada frecuentes), la repetición en las guarniciones y salsas (asi siempre patatas fritas o salsa de tomate frito) y el excesivo empleo de técnicas culinarias como fritos, empanados y rebosados. En cuanto al precio, los menús cuestan de media 12,5 euros.



23



CERCA DEL 38% DE LOS CENTROS VISITADOS NO INCLUYE VERDURAS. COMO MÍNIMO, UN DÍA A LA SEMANA Y SE ABUSA DE LOS PRECOCINADOS EN DOS DE CADA DIEZ

[illegible]

Se estudió, siguiendo las recomendaciones de la Guía de consulta en contextos de pobreza, la percepción de los actores clave del Ministerio de Sanidad, que las mujeres encuestadas en el estudio de caso por ser personas vulnerables, requieren y perciben menos la atención en prevención, que los no registrados en el sistema de salud. En efecto, el 50% de las personas de grupos vulnerables y del sexo femenino, que no se abocaron a tratar la enfermedad, con un 40% de ellas en la zona rural. Los resultados expresan aspectos diferenciales marcados en la oferta de servicios, prevención y difusión, hay un 50% más de mujeres que hombres que no se abocaron a tratar la enfermedad, con un 40% de ellas en la zona rural, lo que abarca de las personas con 5,3% en 2008 a 10,8% en 2013, y ser un 50% más que abusan de los servicios que abarcan diez a 20% en 2013, y ser un 50% más que abusan de los servicios que abarcan diez a 20% en 2013, y ser un 50% más que abusan de los servicios que abarcan diez a 20% en 2013.

2011), y con un 10% más los que alcanzan de los delitos por robo/lesión dos o más veces por semana (se ha pasado de no haber penalizaciones hasta tres)



23

[illegible]

24



Cámara
Madrid



EROSKI CONSUMER

tu búsqueda



Alimentación Salud Seguridad alimentaria Bebé M. Ambiente Mascotas Solidaridad Economía Tecnología Bricolaje Educación Web TV

Portada > Búsquedas

0 Tweet

0 Me gusta

grasa

Buscar

Buscando en todo EROSKI CONSUMER

Aproximadamente 15.700 resultados (0,18 segundos)



Más azúcar, más peso, más grasa | EROSKI CONSUMER

6 Mar 2013 ... Más azúcar, más peso, más grasa | EROSKI CONSUMER. La ingesta habitual de alimentos azucarados y bebidas dulces es un factor ...
www.consumer.es/web/es/alimentacion/...a.../216021.php



Atención a la grasa trans | EROSKI CONSUMER

22 Abr 2007 ... Atención a la grasa trans | EROSKI CONSUMER. Para saber si un producto tiene grasa trans se debe comprobar, en su etiqueta, si presenta ...
www.consumer.es/web/es/alimentacion/...a.../162057.php



Grasas y producción alimentaria | EROSKI CONSUMER

21 Nov 2007 ... Grasas y producción alimentaria | EROSKI CONSUMER. El creciente uso de grasas en la industria alimentaria obliga a buscar formulaciones ...
www.consumer.es/seguridad-alimentaria/ciencia-y.../172022.php

25

EROSKI CONSUMER

tu búsqueda



Alimentación Salud Seguridad alimentaria Bebé M. Ambiente Mascotas Solidaridad Economía Tecnología Bricolaje Educación Web TV

Alimentación: Menús y recetas | Aprender a comer bien | En la cocina | Tendencias | GUÍAS: Frutas, Verduras, Pescados, mariscos, Trabajo y alimentación

Portada > Alimentación

35 Tweet

179 Me gusta

Tipos de contenidos

Grasas Trans

Visión general

¿Qué son?

¿Cómo se reconocen?

¿Dónde se encuentran?

Visión general

¿Qué son las grasas trans? ¿Cómo saber si un producto lleva grasas hidrogenadas? Riesgos cardiovasculares

Visión general

¿QUÉ SON LAS GRASAS TRANS?



Grasa trans, la peor grasa para el corazón
La ingesta diaria de cinco gramos de grasas trans basta para aumentar un 25% el riesgo de enfermedades cardiovasculares

- Cómo saber si un producto tiene grasa trans
- Vídeo: ¿Qué son las grasas hidrogenadas?
- Tipos de grasas (lípidos)

- ¿Qué son las grasas hidrogenadas?
- ¿Qué son las "grasas vegetales"?

Legislación



Las grasas trans en los tribunales
EEUU mantiene la actividad judicial para que determinadas empresas alimentarias se abstengan de usar las grasas trans o informen al consumidor de los posibles riesgos

Grasas trans y salud



Ácidos grasos trans
Estos ácidos forman parte de un gran número de alimentos como las margarinas vegetales o productos de bollería, pastelería o algunos helados

- Niveles dietéticos de ácidos grasos trans
- La ciencia busca alternativas a las grasas parcialmente hidrogenadas
- Estrategia para la reducción de las grasas trans
- Grasas trans y lactancia materna

Grasas trans en la dieta



¿Qué tipo de grasa contiene la bollería industrial?
Bajo el nombre de "grasas vegetales" pueden esconderse grasas saturadas, cuyo exceso contribuye al aumento de los niveles de colesterol en sangre

- Snacks salados para los niños
- Menús saludables
- El desayuno tradicional, en peligro
- Cocina para el corazón

LOS IMPRESCINDIBLES

- 1 La peor grasa para el corazón
- 2 Atención a la grasa trans
- 3 Grasas trans y lactancia materna
- 4 Restaurantes con ingredientes saludables

¿QUÉ TE FALTA?

Sugiere qué has echado en falta en este monográfico, qué te hubiera gustado encontrar tratado con mayor profundidad...

tu nombre
tu email
me falta...
enviar

26



Cámara
Madrid



Merluza con guisantes

Comentario dietético

La merluza es un pescado blanco, sano y rico en nutrientes esenciales. Contiene vitaminas B1, B2 y B3, E, D y K, además de minerales como el fósforo,



Información



Preparación



Salud



*de la Cantidad Diaria Orientativa (CDO) para un adulto
**el consumo de fibra a menudo escasea en la dieta y su consumo debe incrementarse



Información



Preparación



Salud



NÚMERO UNO EN APP STORE
MEDIO MILLÓN DE DESCARGAS
APLICACIÓN GRATUITA Y SIN PUBLICIDAD

28



Cámara
Madrid



Alimentación Salud Seguridad alimentaria Bebé M. Ambiente Mascotas Solidaridad Economía Tecnología Bricolaje Educación Web TV

EROSKI CONSUMER PENSANDO SIEMPRE EN TU SALUD

EN ESTE VÍDEO TE EXPLICAMOS CÓMO CONFIGURAR TU MENÚ DEL DÍA DE ACUERDO CON TU PERFIL NUTRICIONAL

¡EMPIEZA AHORA!

CONFIGURA TUS MENÚS
IMPRÍMELOS
CON LAS RECETAS
Y HAZ LA LISTA DE LA COMPRA

¡VER TODAS LAS RECETAS!

EROSKI

29

EROSKI CONSUMER tu búsqueda

Alimentación Salud Seguridad alimentaria Bebé M. Ambiente Mascotas Solidaridad Economía Tecnología Bricolaje Educación Web TV

Alimentación: Menús y recetas Aprender a comer bien En la cocina Tendencias

Portada > Alimentación > Recetas

Recetas TODAS LAS RECETAS

Menús DE LA SEMANA VEGETARIANO INFANTIL FÁCIL EMBARAZO Y LACTANCIA TÁPER

CREA TU MENÚ CALCULA TU PERFIL NUTRICIONAL

Haz tu selección y descubre las calorías que necesitas para tu perfil nutricional.

Hombre
44 años
180 cm
84 kg
Actividad ligera

Según tu perfil nutricional, debes consumir:

2826 kcal

Calcular calorías

¿Cuál es un nivel de actividad ligera, moderada y alta?

Calorías 2826 kcal
• Azúcares 127,2g
• Grasa 98,9g
• Grasa saturada 28,3g
• Sal 8,5g
• Fibra 33,9g

EROSKI

FUNDACIÓN EROSKI confityo

<http://www.consumer.es/alimentacion/recetas/?sexo=hombre&edad=44&estatura=180&peso=84>

30



Cámara
Madrid



Alimentación Salud Seguridad alimentaria Bebé M. Ambiente Mascotas Solidaridad Economía Tecnología Bricolaje Educación Web TV

Recetas TODAS LAS RECETAS Buscar Buscador avanzado

Menús DE LA SEMANA VEGETARIANO INFANTIL FÁCIL EMBARAZO Y LACTANCIA TÁPER

Chupitos de gazpacho de ... Gazpacho verde de ... Gazpacho de cerezas o ... Gazpacho frío de melón ... Puerros rebozados sobre ... Gazpacho de sandía Gazpacho de lechuga Gazpacho extremo

Elige tu receta y añádtala a tu menú

CREA TU MENÚ CALCULA TU PERFIL NUTRICIONAL

Primer plato Segundo plato Tercer plato

Puré de verduras 195 calorías Lengado menier 250 calorías Gazpacho frío de melón 130 calorías

Has personalizado este menú. ¿No te gusta cómo queda? Elimina tu personalización

- 1 Arrastra la nueva receta desde el buscador de arriba
- 2 Arrastra la receta de abajo, desde la imagen a la izquierda del título

[Ver mi menú](#)
[Descargar menú y lista de la compra](#)
[Enviar menú por email](#)

Información nutricional

- Calorías 575 (20,3%)
- Azúcares 16,3g (32,8%)
- Grasa 31,7g (32,1%)
- Grasa saturada 9,4g (33,2%)
- Sal 1,4g (15,5%)
- Fibra 5,1g (23,9%)

Datos personalizados para tu perfil nutricional de 2826 calorías diarias. Indícamos en rojo si algún valor supera la CDO.

31

El bacalao es buena fuente de proteínas de alto valor biológico y presenta cantidades bajas de grasa

EROSKI CONSUMER

Las verduras que se utilizan en esta receta enriquecen el plato en vitaminas, minerales y sustancias con acción antioxidante

EROSKI CONSUMER

32



BOLETINES INFORMATIVOS

- a) Boletines a público general, desde Eroski Consumer: 1.000.000 de suscriptores (500.000 activos aproximadamente).
- b) Boletines a público profesional, desde Fundación Eroski: 9.400 suscriptores.
- c) Boletines a públicos con necesidades especiales, desde Fundación Eroski: 28.258 suscriptores.
 - a) Sal
 - b) Azúcar
 - c) Grasa
 - d) Fibra
 - e) Sin gluten
- d) Boletines derivados del Plan Educativo de Alimentación y Hábitos Saludables (PEAHS) (recién lanzado, sin datos).

04 Informar al consumidor

33

05 FORMAR AL CONSUMIDOR



34



Cámara
Madrid



Programa educativo sobre alimentación y hábitos saludables

Conoce el programa
de Tix & Loy

Energía para crecer



35



NUTRICIÓN | Estudio con 26.000 niños

La obesidad infantil sigue creciendo en España

ELMUNDO.es | Madrid

Actualizado jueves 03/02/2011 18:31 horas



36



NUTRICIÓN | Estudio con 26.000 niños

La obesidad infantil sigue creciendo en España

EL MUNDO.es | Madrid

Actualizado jueves 03/02/2011 18:31 horas

Obesidad

La obesidad infantil, una nueva epidemia en España

España está a la cabeza de Europa en sobrepeso, según el último estudio de la SEEDO el 44,5% de los menores entre 4 y 11 años tiene obesidad infantil.

Digital2 | 27/03/2012

Tweet 0

Me gusta 30

+1 0

+añade me

Comentarios (0)



Las imágenes de sobrepeso en los niños a las que estamos acostumbrados gracias a la producción cinematográfica de EE.UU., ya no nos resultan tan ajenas en España. En los últimos 20 años la **obesidad infantil** está aumentando en nuestro país y, junto a ella, otros problemas asociados como la hipertensión, **enfermedades cardiovasculares** o los trastornos del sueño.

36

NUTRICIÓN | Estudio con 26.000 niños

La obesidad infantil sigue creciendo en España

EL MUNDO.es | Madrid

Actualizado jueves 03/02/2011 18:31 horas

Portada Internacional Política Economía Sucesos Opinión Deportes
ES Magazine Món Barcelona Ciencia

Obesidad

La obesidad infantil, una nueva epidemia en España

España está a la cabeza de Europa en sobrepeso, según el último estudio de la SEEDO el 44,5% de los menores entre 4 y 11 años tiene obesidad infantil.

Digital2 | 27/03/2012

Tweet 0

Me gusta 30

+1 0

+añade me

Comentarios (0)



Las imágenes de sobrepeso en los niños a las que estamos acostumbrados gracias a la producción cinematográfica de EE.UU., ya no nos resultan tan ajenas en España. En los últimos 20 años la **obesidad infantil** está aumentando en nuestro país y, junto a ella, otros problemas asociados como la hipertensión, **enfermedades cardiovasculares** o los trastornos del sueño.

España ya supera a Estados Unidos en obesidad infantil

La cifra se sitúa en un 19% de niños obesos en este país frente al 16% de los estadounidenses

Sanidad | 16/12/2011 - 17:18h | Actualizado el 16/12/2011 - 17:36h

36



Cámara
Madrid



NUTRICIÓN | Estudio con 26.000 niños

La obesidad infantil sigue creciendo en España

EL MUNDO.es | Madrid

Actualizado jueves 03/02/2011 18:31 horas

Portada Internacional Política Economía Sucesos Opinión Deportes
ES Magazine Món Barcelona Ciencia

Obesidad

La obesidad infantil, una nueva epidemia en España

España está a la cabeza de Europa en sobrepeso, según el último estudio de la SEEDO el 44,5% de los menores entre 4 y 11 años tiene obesidad infantil.

Digital2 | 27/03/2012

Tweet 0

Me gusta 30

+4 0

+añade más

Comentarios (0)



Las imágenes de sobrepeso en los niños a las que estamos acostumbrados gracias a la producción cinematográfica de EE.UU., ya no nos resultan tan ajenas en España. En los últimos 20 años la **obesidad infantil** está aumentando en nuestro país y, junto a ella, otros problemas asociados como la hipertensión, **enfermedades cardiovasculares** o los trastornos del sueño.

España ya supera a Estados Unidos en obesidad infantil

La cifra se sitúa en un 19% de niños obesos en este país frente al 16% de los estadounidenses

Sanidad | 16/12/2011 - 17:18h | Actualizado el 16/12/2011 - 17:36h

SOCIEDAD

España ya es líder mundial en obesidad infantil por encima de Estados Unidos

El Congreso Internacional de Programas de Nutrición y Actividad Física para el Tratamiento de la Obesidad analiza «las fórmulas más efectivas para terminar con la obesidad, la pandemia de este siglo»

Sigue ABC.es en...

Facebook Twitter



PROGRAMA EDUCATIVO ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS SALUDABLES

- a) Actuación lectiva
- b) Actuación en comedor
- c) Taller en tienda
- d) Escuela de padres y madres
- e) Ausencia total de ánimo comercial

05

Formar al consumidor

37



Cámara
Madrid



06 COLABORAR CON EL PROFESIONAL



38

COLABORACIÓN CON LOS PROFESIONALES DE LA SALUD Y OTRAS ENTIDADES



Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SEDCA).
Fundación Española del Corazón (FEC).
Fundación para el Desarrollo de la Dieta Mediterránea.
Asociación Española de Dietistas -Nutricionistas (AEDN).
Cinco al día.
Fundación Hispana de Osteoporosis y Enfermedades metabólicas óseas (FHOEMO).
Asociación Española para el Estudio de los Trastornos de la Alimentación (AEETCA).
Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE).
Semergen
SEMFYC
Fundación Hipercolesterolemia Familiar

Organización de Encuentros Eroski de Nutrición y Bienestar

Convenios de colaboración con Administraciones e Instituciones Públicas

PREMIO NAOS OTORGADO POR LA AESAN AL CONJUNTO DE LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES Y FORMATIVAS EN PRO DE UNA VIDA SALUDABLE

39



07 TRABAJADORES



40

TRABAJADORES (1)

Certificación SA 8000 desde 2003.

Primera y única empresa de distribución en tener la certificación a nivel nacional y segunda en Europa.

Primera empresa por tamaño (número de trabajadores) en nuestro país con la certificación.

Perímetro auditado incluye las centrales de compras, y por tanto también vela por las condiciones de trabajo de subcontratas y proveedores, con especial hincapié en las realidades más sensibles (orígenes determinados, tipología de productos concretos, etc.).

Existencia de un Comité Ético en dependencia directa de la Presidencia.



07
TRABAJADORES

41



TRABAJADORES (2)

Trabajadores son socios, o lo serán: cooperativización.

Normativa interna facilita la conciliación, claramente por encima de los requisitos que exige la norma.

Ventajas económicas para los trabajadores.

Participación en resultados y en la toma de decisiones.

07

TRABAJADORES

42

08 ENTORNO



43



Cámara
Madrid



ENTORNO

Fuerte actividad en solidaridad y acción social.

-Decenas de convenios de colaboración con diversos agentes



44



TIENDAS SOSTENIBLES: PIONEROS EN EUROPA

Tienda cero emisiones.

- Primera en Europa.
- Certificación Iso 50001 y BREEAM.
- Desde octubre del 2012, piloto en Oñate (Guipuzcoa).
- Ahorro de energía: 65% sobre una tienda convencional de similar metraje.
- Balance CO2: neutro.



08
ENTORNO

45



Cámara
Madrid



09 GOBERNANZA Y REPORTE



46



GOBERNANZA Y REPORTE

Integración de los consumidores en los órganos de decisión y de supervisión.

Integración de los trabajadores en los órganos de decisión, supervisión, y en los resultados.

Consejo Rector, Asamblea, Consejo Social, Consejo Consumerista, Comités Locales...

GRI

SA 8000

Global Compact (Pacto Mundial)

...pero obras son amores...

RETO: LLEGAR AL CIUDADANO DE A PIE.

09

GOBERNANZA Y REPORTE

47



Cámara
Madrid



Muchas gracias por su atención

alejandro.martinez@consumer.es

48



Cámara
Madrid



La RSE desde Europa: algunas reflexiones para España

Germán Granda

Director General de Forética





Cámara
Madrid



Germán Granda - Encuentro internacional RSE.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid GRUPO 5

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

- **Nueva definición: Responsabilidad empresas por su impacto en la sociedad**
 - Naturaleza pluridimensional
 - Incluye Voluntariado corporativo
- **Marco Global: Principios internacionalmente reconocidos**
 - Líneas Directrices OCDE
 - Pacto Mundial
 - ISO 26,000
 - Declaración tripartita OIT
 - Pº rectores sobre empresas y DDHH (ONU)

Inicio | Docs CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Ed... | Document1 - Micro... | CUADERNO DE ABST... | Bandeja de entrada... | Germán Granda - ... | 14:47

Germán Granda - Encuentro internacional RSE.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid GRUPO 5

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

- **Acciones:**
 - Propuesta legislativa transparencia ESG (16 Abril 2013)
 - Criterios RSE en contratación pública
 - “Green washing” (directiva prácticas comerciales desleales)
 - Información fondos de inversión e instituciones financieras sobre criterios de inversión ético o responsable.
 - Iniciativa Empresa Social
 - Seguimiento compromiso empresas europeas más 1000 trabajadores

Inicio | Docs CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Ed... | Document1 - Micro... | CUADERNO DE ABST... | Bandeja de entrada... | Germán Granda - ... | 14:48



Cámara
Madrid



Germin Granda - Encuentro Internacional RSE.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Retos identificados por la Comisión Europea

Principales retos

- Legislaciones nacionales avanzan en diferentes direcciones
- Menos del 10% of de las grandes empresas en la UE informan regularmente de aspectos ESG. Hay 42,000 grandes empresas en Europa.
- La calidad de la información que proporcionan dificulta a inversores y stakeholders comprender y comparar la performance de las empresas
- Insuficiente diversidad en los consejos de administración

Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Ed... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Germin Granda - ...

Germin Granda - Encuentro Internacional RSE.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Alcance y requisitos I

A QUÉ EMPRESAS AFECTA

- **Grandes empresas:**
- Aquellas cuya plantilla media sea superior a 500 empleados
- **Y**
- Su balance general sea superior a 20 millones de euros **O** su facturación neta exceda los 40 millones de euros
- **Estas compañías deben incluir en su reporte anual O en la revisión con un reporte anual consolidado una declaración no financiera →**

CONTENIDOS de la declaración no financiera

Información relativa a políticas, resultados y aspectos vinculados a riesgos...	Referentes a uno o más marcos internacionalmente reconocidos, como...	Incluye auditoría legal...
<ul style="list-style-type: none"> • Ambientales; • Sociales y relacionados con los empleados; • Respeto de los derechos humanos; • Anticorrupción y soborno 	<ul style="list-style-type: none"> • United Nations Global Compact • OECD Guidelines for Multinational Enterprises • ISO 26000 • ILO Tripartite Declaration • Global Reporting Initiative 	<p>Debería contener una opinión sobre la consistencia o no del informe anual, incluyendo información no financiera, junto con las cuentas anuales del mismo año fiscal.</p>

REPORTAR o EXPLICAR

Si la empresa no aplica políticas en una o más de estas áreas, debe proporcionar una explicación razonable para no hacerlo.

Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Ed... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Germin Granda - ...



Cámara
Madrid



Germin Granda - Encuentro internacional RSE.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Alcance y requisitos II

Grandes empresas incluidas en la lista:

- Las grandes empresas son aquellas que exceden los valores umbral dados para cada una de las tres variables: balance general total, facturación anual y plantilla media.
- Las empresas incluidas en la lista son aquellas que están clasificadas en los Main Stock Exchanges in European Economic Area (EEA) Member Countries.

Estas compañías deberían informar como parte de su declaración de gobierno corporativo.

Información sobre los objetivos, la implementación y los resultados obtenidos a partir de políticas de diversidad para sus cuerpos administrativos, de gestión y de supervisión.

Prestando particular atención a aspectos como:

- Edad
- Género
- Nacionalidad
- Trayectoria educativa y profesional
- Otros aspectos que las empresas puedan considerar relevantes

Las empresas que no tienen una política de diversidad no deberían ser obligadas a desarrollar una, pero deberían explicar claramente por qué no cuentan con ella.

Germin Granda - Encuentro internacional RSE.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Forética

Suecia: Gobierno como "propietario y gestor responsable" de empresas

Alemania: RSE beneficia a la sociedad y es rentable para las empresas

Dinamarca: "business-driven social responsibility"

Holanda: consecución de objetivos de desarrollo sostenible a través de la empresa



Cámara
Madrid



Germin Granda - Encuentro internacional RSE.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid GRUPO 5

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

**Inclusión obligatoria de
información sobre
políticas de RSE y
resultados en informes
anuales**

**Impacto: 97% empresas
cumplen con requisito**

CSRgov.dk

Corporate Social Responsibility
and Reporting in Denmark
Impact of the legal requirement for reporting on
CSR in the Danish Financial Statements Act

Inicio Documentos de Control 3 Fe... PPOINT Registro VENTA CSR... Gráficos ventas Ed... Documental - Micros... CUADERNO DE ABST... Bandera de entrada... Germin Granda - ... 14:48

Germin Granda - Encuentro internacional RSE.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Cámara Madrid GRUPO 5

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

**Objetivo 2015: 100% de compras
públicas a nivel local y nacional con
criterios de RSE**

**Sustainable Public Procurement Manual
for Government Procurement Officers**

**Criteria for the Sustainable Public Procurement of
Public Lighting**
Version: 1.4
Date: 26th March 2010
Status: adopted

**Criteria for the Sustainable Public Procurement of
Catering**
Version: 1.3
Date: 26th March 2010
Status: adopted

Inicio Documentos de Control 3 Fe... PPOINT Registro VENTA CSR... Gráficos ventas Ed... Documental - Micros... CUADERNO DE ABST... Bandera de entrada... Germin Granda - ... 14:48





Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Premios Europeos de RSE

European CSR Award Scheme
Inspiring partnerships for innovation and impact

Co-led by: Supported by:

63 candidaturas recibidas de proyectos colaborativos

Más de 350 asistentes y presencia de tres Secretarios de Estado en el acto de entrega

16 de abril, cumbre CSR Spain 2013 (Madrid)

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

Enterprise 2020

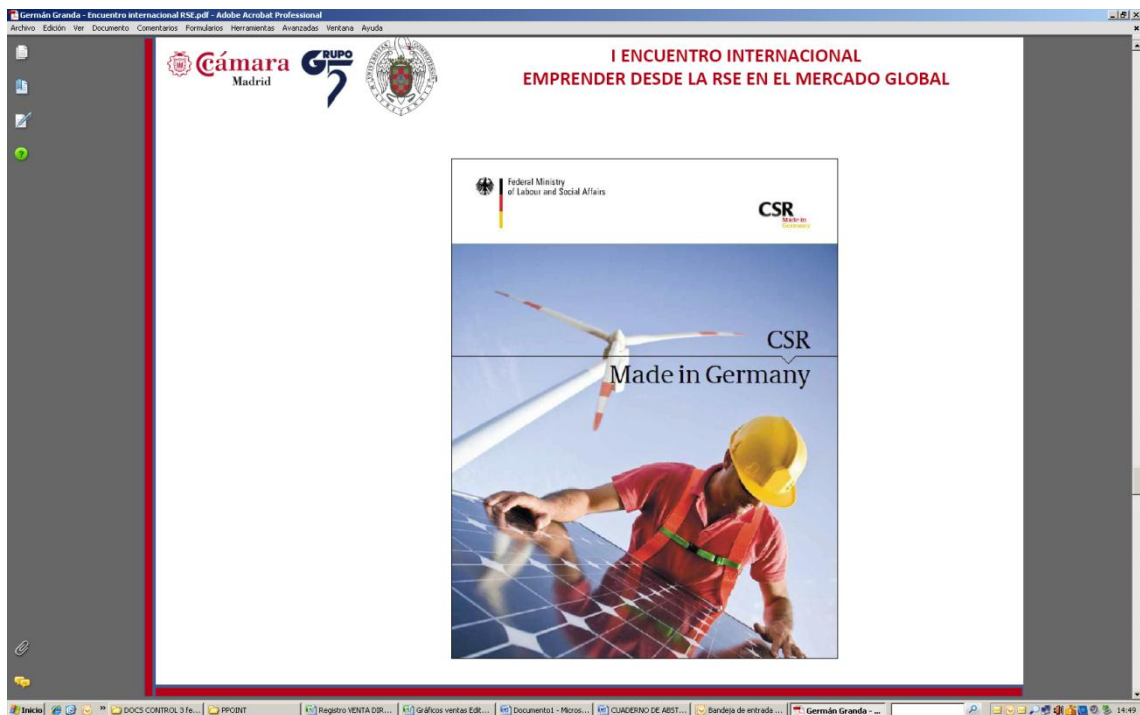
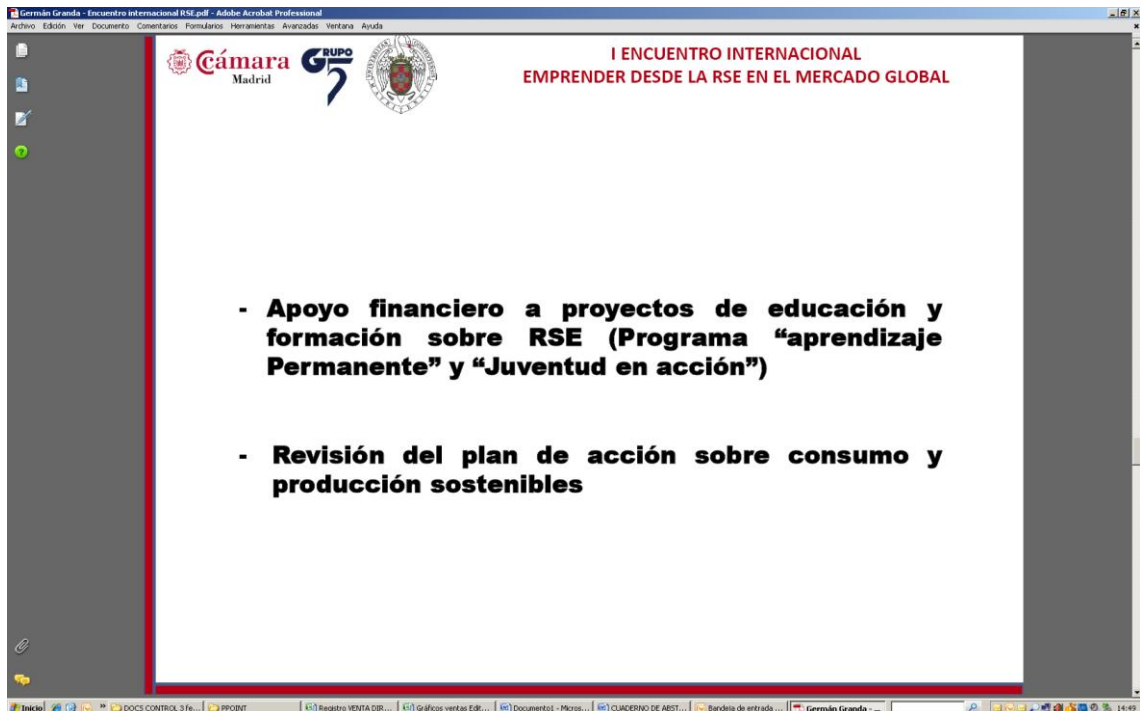
Iniciativa de liderazgo empresarial reconocida por la Comisión Europea para la colaboración en sostenibilidad

36 proyectos colaborativos desarrollados por más de 600 entidades en 10 Comunidades Autónomas

Presencia destacada de Forética en la Cumbre de Alto Nivel en Bruselas donde se reunieron el Presidente de la Comisión Europea, el Presidente del Consejo Europeo y 24 Gobiernos europeos.

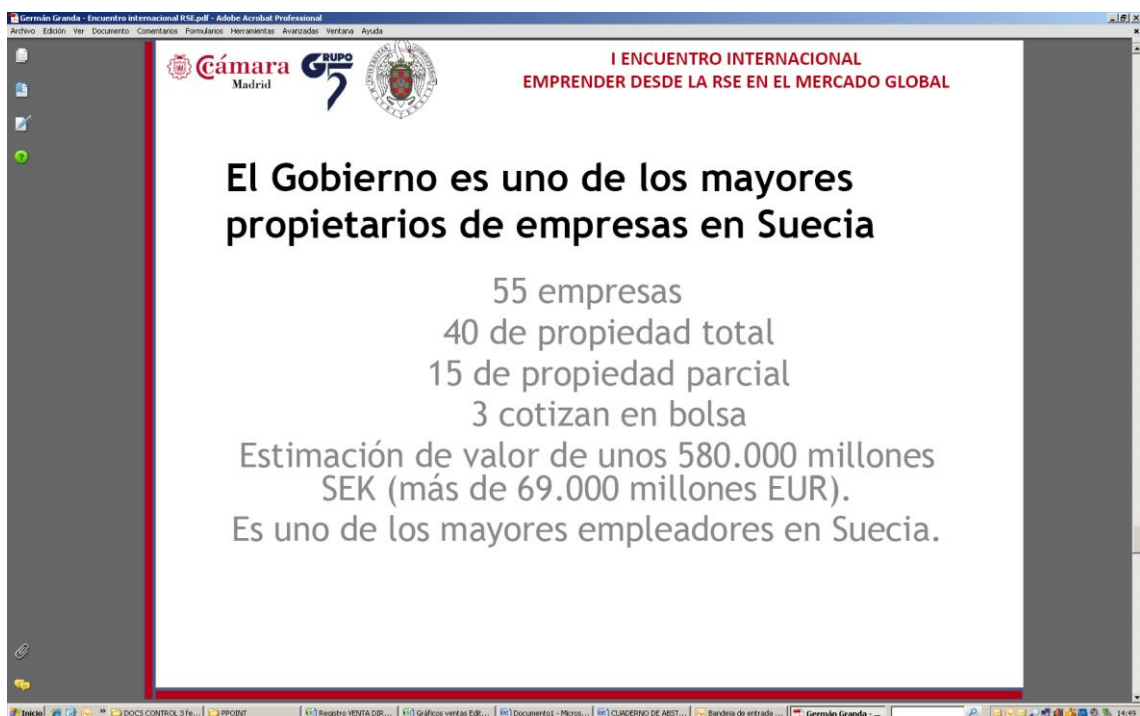


Cámara
Madrid






Cámara
Madrid





**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

2012: La Responsabilidad del Consejo de Administración



Los temas asociados con la sostenibilidad son la responsabilidad del Consejo de Administración.

Cada consejo es responsable de definir y establecer los objetivos y estrategias generales para alcanzar los resultados deseados en este ámbito.

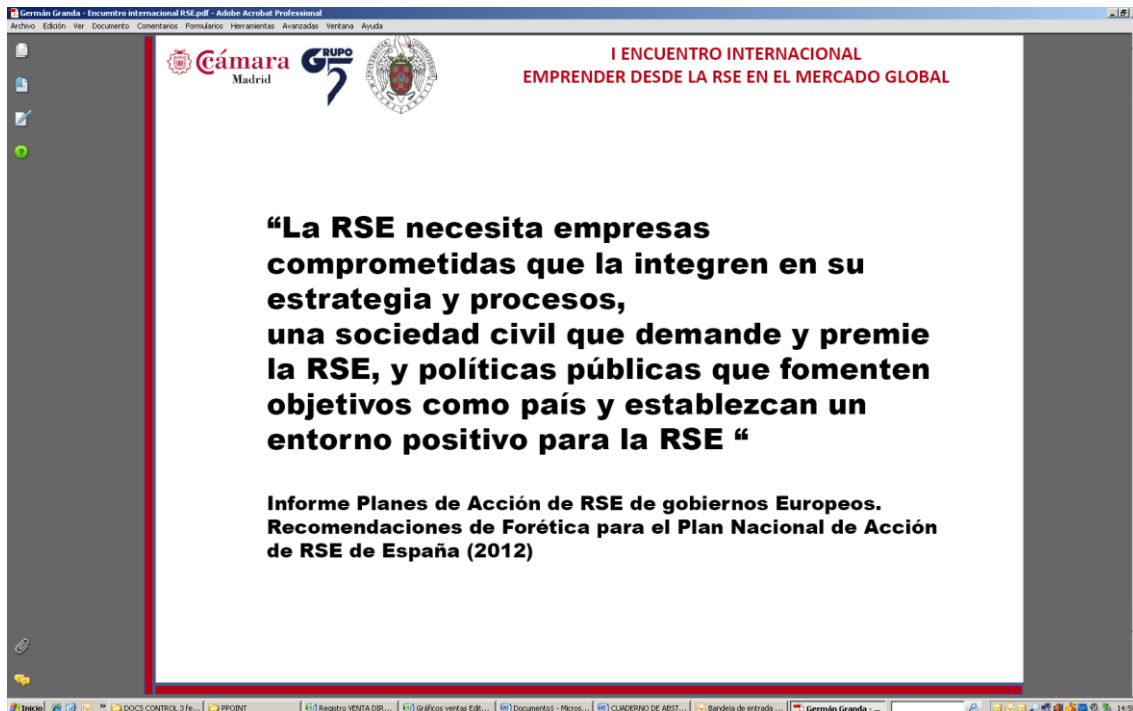
El propietario y el Consejero Delegado se reunirán con carácter anual para comentar y debatir el trabajo en base a estos objetivos.

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	INVITACIÓN A GRUPOS DE INTERÉS FECHAS – DESTINATARIOS - OPORTUNIDADES
Insistencia en la importancia de las políticas nacionales y subnacionales sobre RSE	A) A los estados miembros a elaborar/actualizar sus propios planes de acción para promover RSE en apoyo de la Estrategia Europea 2020. Fecha: mitad 2012 Destinatarios: Gobiernos nacionales
Mejora de la armonización de los enfoques europeo y mundial sobre RSE.	B) A todas las grandes empresas europeas comprometerse con al menos uno de los siguientes principios: Pacto Mundial, OCDE o ISO 26000. Fecha: 2014 Destinatarios: Grandes empresas C) Empresas multinacionales: Declaración tripartita y política social OIT. Fecha: 2014 Destinatarios: Empresas multinacionales D) Espera todas las empresas europeas respeten DDHH (ONU) Fecha: sin fecha Destinatarios: Empresas europeas E) Invita Estados miembros elaborar planes implementación Ppios. DDHH ONU Fecha: final 2012 Destinatarios: Gobiernos estados miembros



Cámara
Madrid





Cámara
Madrid



La institucionalización de la RSE

Sara Sieira

Letrada de la Comisión de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

Congreso de los Diputados.

#emprenderconRSE

**I Encuentro Internacional
Emprender desde la RSE en el mercado global**
6 y 7 de junio de 2013

En este encuentro aprenderás a diferenciarte de tus competidores de la mano de los mejores expertos nacionales e internacionales y de los mentores más cualificados de las principales compañías españolas y del ámbito institucional

**RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS Y
COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO**

SARA SIEIRA.-
LETRADA DE LAS CORTES GENERALES.

REUNIONES COMISIÓN CID	
MOTIVACIÓN	CONCLUSIONES
<ul style="list-style-type: none">• PNL sobre la AOD española.• Empresas y Cooperación.• Planes del Gobierno recepción de los principios Ruggie	<ul style="list-style-type: none">• RSC: factor estratégico• Buenas prácticas• Casos de conflicto• Regulación España• D. Internacional



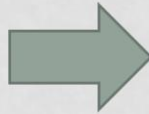
LOS OBJETIVOS RUGGIE

• PROTEGER



• ESTADOS

• RESPETAR



• EMPRESAS

• REMEDIAR



• ESTADOS Y
• EMPRESAS



RESPONSABILIDAD DE RESPETAR

1. Compromiso público
2. Debida diligencia
3. Reparación



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL
MERCADO GLOBAL**

COMPROMISO PÚBLICO

- Códigos éticos corporativos
- Políticas/planes de sostenibilidad
- Redes/pactos transnacionales
- Estructura organizativa
- Proyectos sociales: Cooperación



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL
MERCADO GLOBAL**

DEBIDA DILIGENCIA

- Evaluaciones de impacto
- Indicadores: Índices de sostenibilidad
- Seguimiento de acciones y proyectos
- Información no financiera



EL DEBER DE REPARAR

- **ESTATAL**
- **Judicial**
- **Extrajudicial**
- **Servicio exterior**
- **Convenios internacionales**
- **EXTRAESTATAL**
- **Empresas**
- **Asociaciones económicas**
- **Organismos DDHH**



POSICIÓN DE LAS EMPRESAS RECEPCIÓN P. RUGGIE

- **Conciencia previa**
- **Esfuerzo de adaptación**
- **¿Burocracia?**
- **Países destino inversión**
- **Equidad: tamaño empresas**
- **El Derecho internacional**



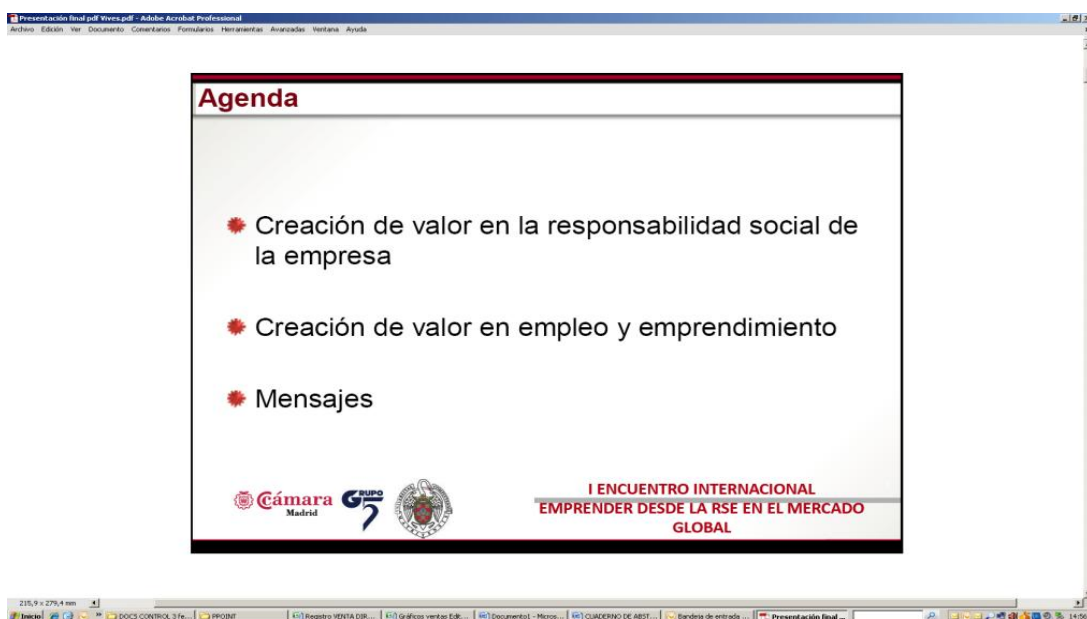
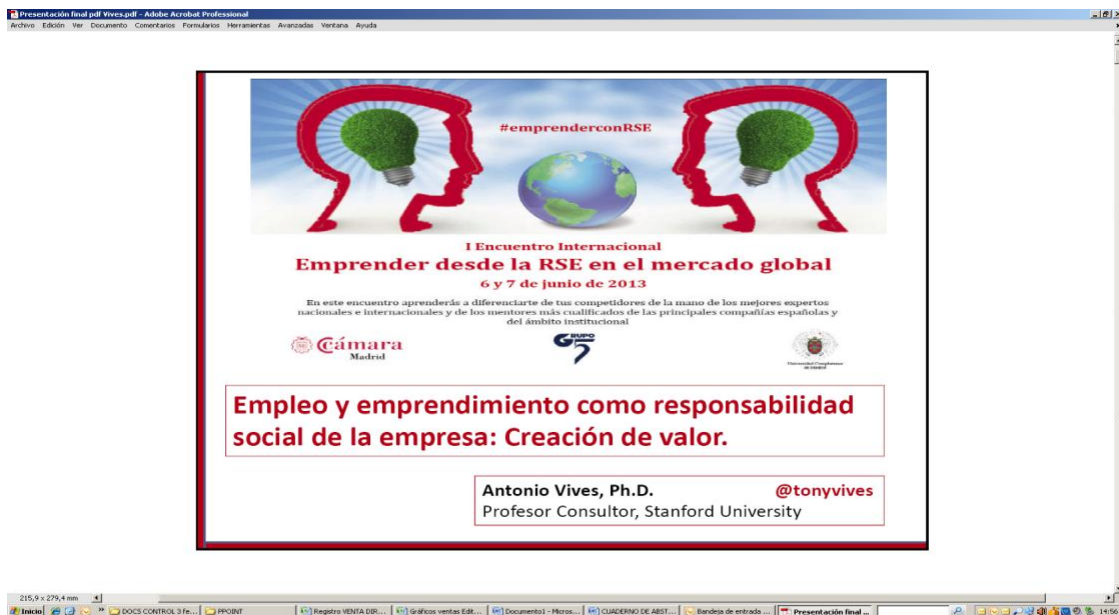
Cámara
Madrid



Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de las empresas

Antonio Vives

Socio Principal de Cumpetere - Profesor Stanford University





Cámara
Madrid




Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Revista de Responsabilidad Social de la Empresa, no. 10, ene-abr 2012

**Compartir el Valor Creado
versus Crear Valor Compartido:
Diferentes estrategias, diferentes
implementaciones,
diferentes resultados**

Antonio Vives,
Ph. D. Socio Principal, CUMPERE
Profesor Consultor, Stanford University
Ex Gerente, Desarrollo Sostenible, Banco Interamericano de Desarrollo

Introducción
En enero de 2011 se publicó el artículo *Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth*, Porter y Kramer (2011), en el Harvard Business Review. Este artículo, tanto por la reputación de sus autores como por el medio en que se publicó, la prominencia que le ha dado el medio y la difusión y publicidad que le han dado sus autores, ha tenido gran repercusión.



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**


215,9 x 279,4 mm
Inicio | Docs CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas EDR... | Document1 - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandeja de entrada... | Presentación final... | 14:57

Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

¿Cómo se creará valor en el futuro?

El iceberg del valor

Año	Tangibles / Financials	Intangibles / Reputation / Goodwill
1978	95%	5%
1981	83%	17%
1998	29%	71%
2010	20%	80%



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | Docs CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas EDR... | Document1 - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandeja de entrada... | Presentación final... | 14:57

Harid Hartoerz Rivas
FACTORIA 2009-2010 RSE



Cámara
Madrid




Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Fuentes de valor a crear y compartir

- **Reputación:** Por ser responsable, no sólo por tener buena agencia de publicidad
- **Capital intelectual:** emprendimiento, innovación
- **Capital humano:** empleo con desarrollo
 - ¿Contabilidad del capital humano?: Incentivos perversos, decisiones perversas.
 - Empleo digno, con sueldos justos, proporciona valor a la empresa y:
 - Dignidad al ser humano
 - Recursos financieros para su subsistencia
 - Desarrollo económico y social

 **I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm


Inicio | DOCS CONTROL 3 Fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 14:57

Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Creación de valor: Seis capitales relevantes

- Seis capitales en el Informe Integrado (IIRC)
 - Financiero
 - Manufacturero
 - Social y relacional
 - Natural (ambiental)
 - Humano
 - Intelectual
- Medición sigue siendo tradicional pero el reportar conducirá a pensar, considerar, medir, gestionar lo que **ahora** se llaman intangibles.
- **No todo lo que cuenta se puede contar**

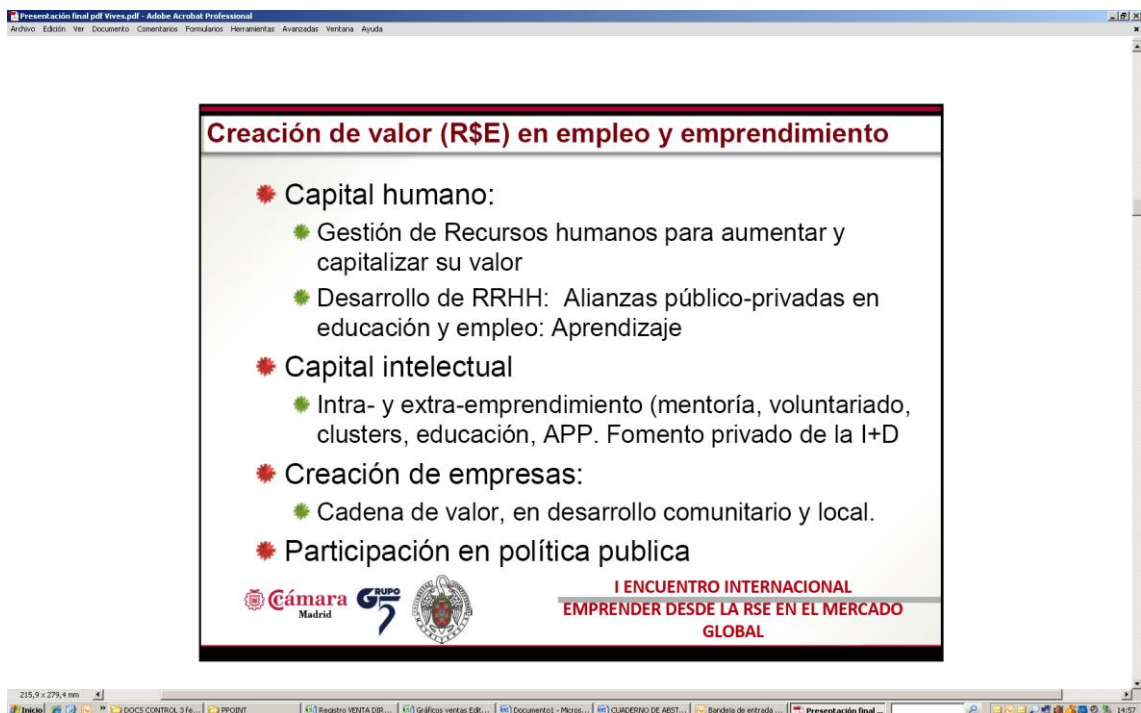
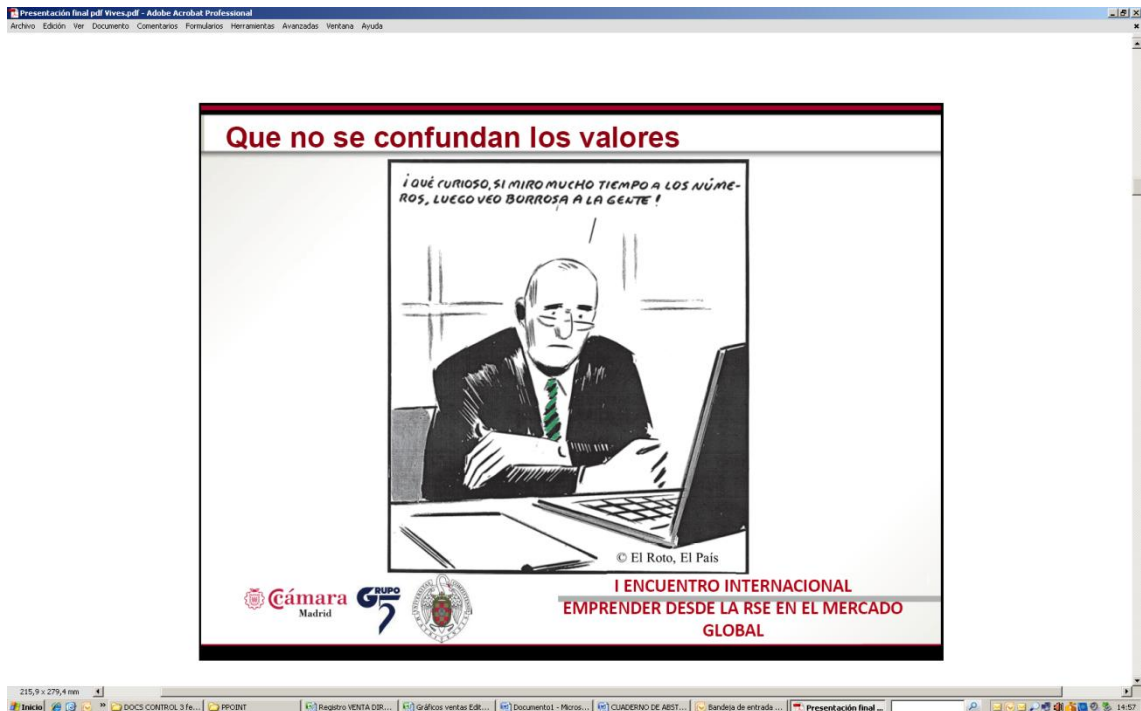
 **I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm

Inicio | DOCS CONTROL 3 Fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 14:57



Cámara
Madrid





Cámara
Madrid



Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Empleo, emprendimiento y política pública

- Marco de políticas económicas debe ser conducente, pero solo son condición necesaria, buenos deseos no son suficientes
- Se necesita política pública pero acción privada.
- Gobiernos no son (no deberían ser) las fuentes de creación de nuevos empleos
- Deben:
 - Facilitar el trabajo de las empresas.
 - Hacer alianzas con las empresas en desarrollo de política y su implementación.

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio Inicial DOCS CONTROL 3 fe... PPOINT Registro VENTA DIR... Gráficos ventas Edr... Documentos - Micros... CUADERNO DE ABST... Bandeja de entrada... Presentación final ... 14:57

Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

ESTRATEGIA DE EMPRENDIMIENTO Y EMPLEO JOVEN 2013/2016



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio Inicial DOCS CONTROL 3 fe... PPOINT Registro VENTA DIR... Gráficos ventas Edr... Documentos - Micros... CUADERNO DE ABST... Bandeja de entrada... Presentación final ... 14:58



Cámara
Madrid



Presentación final pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda




¿Quién es responsable? ¿Cómo? ¿Cuándo?

22. **Promover** en los cursos formativos y en el diseño de formación e-learning, la utilización de **herramientas de formación avanzadas** de base tecnológica.

24. **Extender** la articulación de **programas de prácticas en empresas vinculadas a la obtención del título académico o profesional** durante los últimos años de los estudios.

26. **Hacer posible** que los jóvenes que hayan concluido su formación tengan **cuanto antes** una **primera experiencia profesional** o continúen mejorando su cualificación en línea con lo establecido en la **Garantía Juvenil**.

¿Hágase?




**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRESAR DE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCX CONTROL 3fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documento1 - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 14:58

Presentación final pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Emprendimiento no es para todos

- Sesgo a medidas del sector público
- Relativa ignorancia de la empresa privada
- No todos deben ir a la universidad, no todos deben estudiar sentados.
- No todos pueden ser emprendedores. Idealización de la figura en el ecosistema contraproducente.
- Cuentapropista no es emprendedor.
- Sesgo educacional hacia el recordar, no hacia el pensar. Repetición, no innovación.
- Pensamiento crítico. ¿Pensamiento?

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRESAR DE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCX CONTROL 3fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documento1 - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 14:58






Cámara
Madrid



Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Emprendimiento no es para todos

- Bajísima tolerancia al riesgo.
- Estigma del fracaso
- ¿Es el mayor desempleo de los no graduados universitarios resultado de la falta de título o de que no son “empleables”? ¿Cualquier carrera? ¿Se arregla con la universidad? ¿Son aptos?
- ¿Es exportar talento la solución? ¿Es rentable?
- Emprendimiento social en Europa vs. USA (solidaridad vs. innovación y competitividad)

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**




215,9 x 279,4 mm
Inicio DOCI CONTROL 3 fe... PPOINT Registro VENTA DIR... Gráficos ventas Ed... Documentos - Micros... CUADERNO DE ABST... Bandeira de entrada... Presentación final ... 14:58

Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Nueva definición de parado

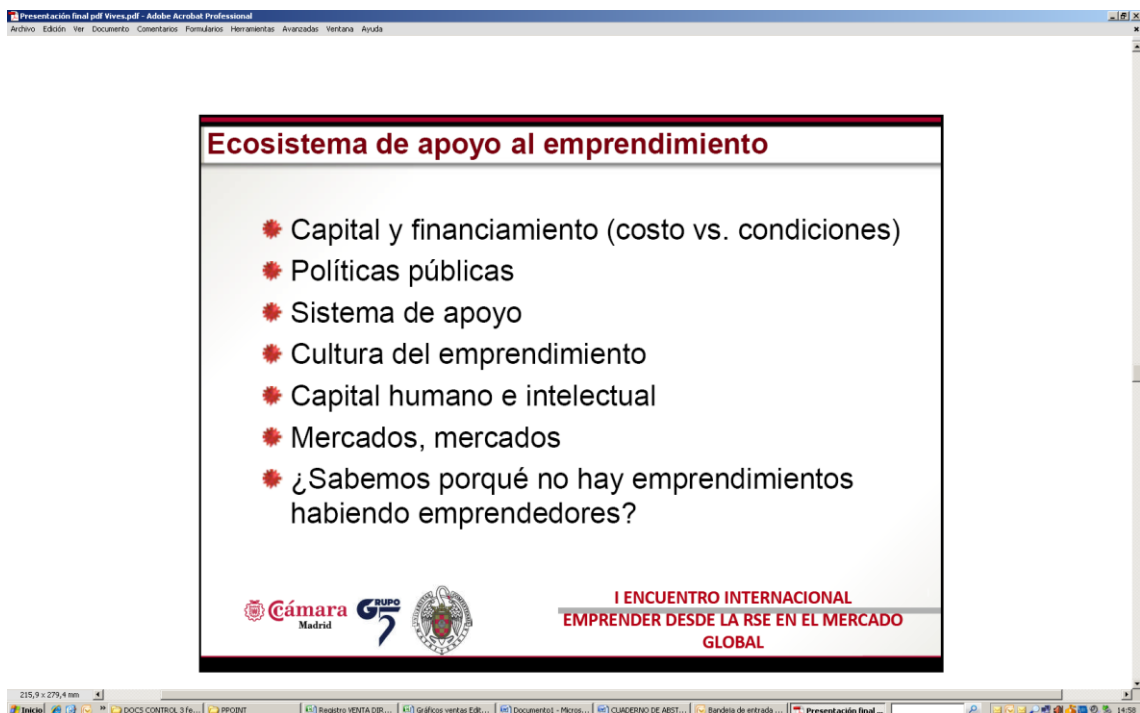
Dícese de alguien que no
tiene espíritu emprendedor.

Josep Lozano, ESADE

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio DOCI CONTROL 3 fe... PPOINT Registro VENTA DIR... Gráficos ventas Ed... Documentos - Micros... CUADERNO DE ABST... Bandeira de entrada... Presentación final ... 14:58








Cámara
Madrid



Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Enemigos del empleo y emprendimiento

- SECTOR PUBLICO: Dirigisme: Contradicción intrínseca con innovación, emprendimiento
- SECTOR PRIVADO: No está en los Estados Financieros. Contradicción con beneficios
- SINDICATOS: Defender a sus miembros, status quo. Contradicción con nuevos empleos.
- INDIVIDUOS: Dependencia, des-cualificación. Contradicción con esfuerzo.
- ¿De quién es la culpa del desempleo?




  

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 14:58

Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

!DEL ECOSISTEMA DE APOYO!

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 14:59



Cámara
Madrid




Presentación final pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Xabier Lasa, emprendedor español al emigrar a Silicon Valley:

ES COMO ESTAR EN FLORENCIA EN EL RENACIMIENTO



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm

Inicio DOCI CONTROL 3 fe... PPOINT Registro VENTA DIR... Gráficos ventas Edr... Documentos - Micros... CUADERNO DE ABST... Bandera de entrada... Presentación final ... 14:59

Presentación final pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Facilidad para hacer negocios: Ranking sobre 185

	Ranking Global	Abrir negocios	Protección inversionistas	Pagar impuestos
Chile	37	32	32	36
Colombia	45	61	6	99
España	44	136	100	34
México	48	36	49	107
Perú	43	60	13	85
Italia	73	84	49	131

Fuente: Doing Business 2013, World Bank



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm

Inicio DOCI CONTROL 3 fe... PPOINT Registro VENTA DIR... Gráficos ventas Edr... Documentos - Micros... CUADERNO DE ABST... Bandera de entrada... Presentación final ... 14:59



Cámara
Madrid



Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Abrir negocios

	Número Procedimientos	Tiempo en días	Costo	Capital mínimo
España	6	28	\$1.500	\$4.200 *
EEUU	6	6	\$675	\$0,0

* subestimación. Diferencia: Notarios y abogados

Fuente: Doing Business 2013, World Bank

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

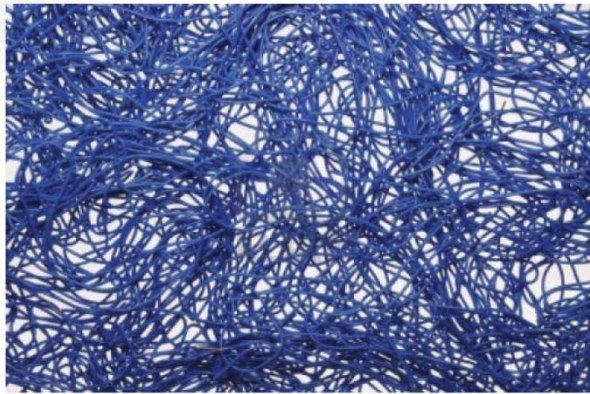
215,9 x 279,4 mm




Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandeja de entrada... | Presentación final... | 14:59

Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional

Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Maraña



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm

Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandeja de entrada... | Presentación final... | 14:59




Cámara
Madrid



Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Ejemplo: Orden para "Business angels"

- Se subvencionan:
 - Instituciones públicas
 - Gastos de personal de las redes
 - Gastos de funcionamiento de las redes
 - Gastos de asesorías
 - Gastos de foros, eventos, difusión
 - Gastos legales de las redes, etc...
- ¿Qué haría Ud. se le subvencionan esto?
- ¿Que necesita el emprendedor?


 **I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 14:59

Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Los males para el emprendimiento

- Conformismo, facilismo, victimismo.
- Confusión de lo público y lo privado.
- Adicción de los individuos y empresas:
 - Subvenciones, Ayudas, Subsidios,
 - Descuentos
 - Tratamiento especial
 - Excepciones
 - Gratis!
- Problema no es que existan, es que han creado adicción

 **I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 14:59



Cámara
Madrid



Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Sistemas legales: Innovación y emprendimiento

- ¿Preferible que se haga lo está explícitamente permitido en la ley (romano) o lo que no está prohibido (anglosajón)?
- ¿Hay que tipificar los tipos de empresas sociales como lo hace la Ley de Economía Social del 2011? Parte de esta economía son
 - “las cooperativas, las mutualidades, fundaciones ... sociedades laborales, empresas de inserción ...cofradías de pescadores...” y “...las que sean incluidas en el catálogo de entidades.....”
- ¿Hay que tipificar la gestión empresarial?




**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCS CONTROL 3 Fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 14:59

Presentación final.pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Un ejemplo

- Metro de Madrid
 - !Atención! Estación en curva. Tenga cuidado al salir para no introducir el pie entre el vagón y el andén.
- London Tube
 - !Mind the gap!

**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCS CONTROL 3 Fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 15:00




Cámara
Madrid



Presentación final pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Larry Page, Consejero delegado de Google :

-el desbalance de género en la industria de tecnología y la necesidad de un mayor número de graduados en ciencias e ingenierías retrasa la innovación,....
-Hay muchas cosas que no podemos hacer porque son ilegales o no permitidas por las regulaciones... ojalá hubiera una pequeña parte del mundo donde no se aplicaran estas leyes y pudiéramos probar soluciones y ver el efecto en la sociedad sin tener que lanzarlas al mundo entero....


 **I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 15:00

Presentación final pdf Vives.pdf - Adobe Acrobat Professional
Archivo Edición Ver Documento Comentarios Formularios Herramientas Avanzadas Ventana Ayuda

Los mensajes fueron.....

- El capital humano y capital intelectual son componentes cada día mas importantes del valor de la empresas y su gestión es su responsabilidad.
- Crearlos, gestionarlos y compartirlos forman parte de su responsabilidad ante la sociedad.
- El sector privado debe intensificar su papel en el empleo y emprendimiento, pero depende de políticas públicas conducentes.
- El sector público debe regular lo básico y dejar hacer
- Sin alianzas entre ambos no habrá mucho progreso.
- **No le des un pescado, no le enseñes a pescar, aumenta la pesca.**

 **I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

215,9 x 279,4 mm
Inicio | DOCS CONTROL 3 fe... | PPOINT | Registro VENTA DIR... | Gráficos ventas Edr... | Documentos - Micros... | CUADERNO DE ABST... | Bandera de entrada... | Presentación final... | 15:00



Cámara
Madrid



RSE: Una perspectiva jurídica práctica

Emilio Díaz Ruiz

Profesor Titular de Derecho Mercantil, Universidad Complutense - Abogado (Socio Uría Menéndez)



**I Encuentro Internacional
Emprender desde la RSE en el mercado global**
6 y 7 de junio de 2013



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

RSE: UNA PERSPECTIVA JURÍDICA PRÁCTICA

EMILIO DÍAZ RUIZ



Cámara
Madrid



Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

1. ¿QUÉ ES HOY LA RSE?

2. ¿A QUIÉN SE DIRIGE?

- TRABAJADORES
- CONSUMIDORES
- INVERSORES
- ...AL CONJUNTO DE LA SOCIEDAD



Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

**3. ¿CÓMO SE INCORPORA A LA PRÁCTICA DE LAS
EMPRESAS?**

- IMPOSICIÓN NORMATIVA
- DECISIONES VOLUNTARIAS



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

4. ¿POR QUÉ?

- DEMANDA SOCIAL
- IMAGEN



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

**5. CONSECUENCIAS DE SU
INCORPORACIÓN**

- ¿VENTAJAS EN EL MERCADO?
- COSTES
- ¿INCORPORACIÓN A CONTRATOS?
- CONSECUENCIAS DE INCUMPLIMIENTOS
- EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

6. RSE Y EMPRENDEDORES

- ACCESO A MERCADOS
- DIFICULTAD DE CUMPLIMIENTO



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

7. LA RSE COMO IMPOSICIÓN OBLIGATORIA

- CAMPO DE JUEGO NIVELADO
- ¿PUEDE SER IGUALITARIAMENTE IMPUESTO?



Cámara
Madrid



Responsabilidad social de la empresa y fiscalidad

Jacques Malherbe

Profesor emérito de la Universidad Católica de Lovaina

Abogado (Socio, Liedekerke, Bruselas)



I Encuentro Internacional Emprender desde la RSE en el mercado global 6 y 7 de junio de 2013

En este encuentro aprenderás a diferenciarte de tus competidores de la mano de los mejores expertos nacionales e internacionales y de los mentores más cualificados de las principales compañías españolas y del ámbito institucional



RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA Y FISCALIDAD

Jacques Malherbe
Profesor Emérito de la Universidad Católica de Lovaina
Abogado (socio Liedekerke, Bruselas)
j.malherbe@liedekerke.com

1



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

Introducción

La fiscalidad y la responsabilidad de la empresa son nociones estrechamente relacionadas. Aunque a primera vista pudiese parecer que no existe relación entre ambos, son muchos los puntos de conexión existentes. En este sentido, vamos a analizar los siguientes:

1. Operaciones fiscales.
2. Gestión del riesgo fiscal.
3. Las ayudas fiscales.
4. Paraísos fiscales.
5. Deslocalización.
6. Amnistías fiscales.
7. Tasación medioambiental.

2



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

1. Operaciones Fiscales:

1.1 La gestión de la fiscalidad de cualquier empresa parte de su gestión financiera:

La empresa se encuentra con una serie de elecciones fiscales que pueden tener como objetivo únicamente la mejora de la técnica fiscal.

Se trata de opciones que son ofrecidas por la propia ley, entre ellas destacamos:

- La elección del método de integración fiscal.
- Método de reestructuración en caso de separación o fusión.
- Régimen de remuneraciones deducibles para los asalariados.

3



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

1. Operaciones Fiscales:

1.2 Los incentivos fiscales como fuente de promoción de la responsabilidad, encuentra su fundamento en la propia Constitución.

•Los incentivos fiscales encuentran su fundamento en la propia Constitución.

Entre ellos destacamos:

- Aquellas ayudas que favorecen la contratación de personas discapacitadas
- El empleo público de trabajadores que responden a los preceptos legislativos de tratamiento de las personas físicas disminuidas y fomento del empleo, entre otros.

4



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

1. Operaciones Fiscales:

1.3 Restricción en la elección

- Las decisiones en el plano fiscal: Las decisiones adoptadas en el marco contable determinan el ámbito de actuación disponible, y por tanto, repercuten en la toma de decisiones financieras.

Un ejemplo: La elección del método de evaluación de stocks (FIFO, LIFO...).

- La estructura financiera de la empresa: Elecciones tales como la elección del modo de financiación, ya sea por capitales propios o ajenos, o la política de intereses aplicada a los trabajadores en cuanto a los resultados, determinaran el acceso al crédito bancario y con ello, la estructura financiera de la empresa.

5



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

2. Gestión del riesgo fiscal

2.1 Falta de certitud.

• La ley fiscal no es capaz de aportar certitud sobre aquellas decisiones técnicas que no están previstas por ella misma.

• A pesar de desarrollar mecanismos o reglas para un mejor control (tales como los “ruling”), las empresas se ven obligadas en numerosas ocasiones a buscar una serie de justificaciones a las decisiones adoptadas que concilien con la existencia de motivos no fiscales.

6



2. Gestión del riesgo fiscal:

2.2 Teoría de la Auditoría fiscal:

- Martial Chadeaux defiende la dicha teoría en orden a la gestión del riesgo fiscal. Según este autor, se debe distinguir entre :

- a) El error contable cometido de buena fe.
- b) La decisión de gestión que implica el método elegido.

- Invariabilidad del método contable elegido:

A pesar de que un balance pueda ser modificado con posterioridad a su aprobación por parte de la Asamblea General, la forma de imputación y el método contable elegido resultan invariables, siendo inaceptable el poder imputar un gasto a una cuenta distinta a la que primeramente se realizó.

7



3. Las ayudas fiscales:

- El apoyo a determinadas regiones menos favorecidas, hace que existan ayudas fiscales para aquellas iniciativas que tengan como objetivo su desarrollo.
- Con carácter general, dicho apoyo se produce sobre aquellas inversiones de una cierta permanencia
- En numerosas ocasiones, la reputación de la empresa queda fuertemente ligada al cumplimiento de sus compromisos. Es por ello que las decisiones adoptadas no deben realizarse simplemente por consideraciones fiscales.

8



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

4. Paraísos fiscales

El recurso a ciertas jurisdicciones puede disimular operaciones que serían criticables en cualquiera de los países inversores.

4.1 Políticas legislativas de apoyo:

- En tanto medidas legislativas no han sido adoptadas, la lucha contra el abuso de jurisdicciones privilegiadas no ha obtenido resultado alguno.
- Nos encontramos en un momento que va más allá del propio derecho: Resulta curiosa la actitud de países tales como los Estados Unidos, quienes persiguen a éstos “ladrones de información”, frente a otros países, en los que dicha difusión de información está libremente permitida.

9



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

4. Paraísos fiscales

4.2 El intercambio de información como instrumento clave.

- La lucha contra la competencia fiscal dañosa no se limita a los paraísos fiscales, sino que va mucho más allá.
- Acciones como las del G20 han traído consigo la conclusión de acuerdos para el intercambio de información.
- Dicha información no solo se exige a las empresas, sino también a los contribuyentes, vía declaración fiscal

10



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

4. Paraísos fiscales

4.3 Necesidades actuales

- Debido a la ingente cantidad de escándalos financieros durante los últimos años, la aplicación de la regla fiscal y sus prolongaciones éticas se torna compleja.
- En numerosos países, los informes de gestión de sociedades deben de ir acompañados de informaciones en materia de control interno, acciones sociales o medioambientales
- Algunos incluso esperan una actitud por parte de las empresas que no consista en elegir la solución fiscal mas favorable.

11



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

5. Deslocalización empresarial.

- El principal motivo de la deslocalización no es otro sino el de reducir costes salariales, a los que se le puede añadir motivos fiscales.
- El dominio de la concurrencia fiscal esta lejos de ser condenado por la Unión Europea, siendo tan solo objeto de criticas. El principal poder reside en los propios gobiernos, quienes se ven de algún modo coaccionados por la represión social en su toma de decisiones.
- El Código de conducta Europeo ha contribuido a la eliminación de numerosas prácticas dañosas.
- Los artículos de prensa han contribuido a la imagen negativa y de reprobación sobre este tipo de prácticas.

12



6. Amnistías fiscales.

- **Procesos de regularización o amnistía fiscal:** como vía para la declaración de aquellas actividades de dudosa legalidad. Se le concede a las empresas dicha posibilidad.
- **Decisión ética y de gestión:** Es necesario considerar su repercusión.
- **El intercambio de información internacional:** contribuye al éxito de este tipo de medidas.

13



7. La tasación medioambiental.

La política medioambiental comprende:

- No solo medidas de carácter represivo y de control : sino también, una serie de instrumentos económicos entre los cuales destacan los impuestos, y otros no tan conocidos, como el mercado de intercambio de emisiones de carbono, con el objetivo de reducir las emisiones de gases contaminantes.
- Paso de la soft-law a la hard-law: Se trata de un ejemplo del paso del dominio de la soft-law al dominio de la hard-law dentro de la tasación medioambiental.

14



Cámara
Madrid



Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

Conclusion:

Como vemos, son varios los puntos de conexión entre ambas materias. La actividad de responsabilidad llevada a cabo por la propia empresa supone un apoyo a las políticas públicas de fomento e inversión.

En la medida que este tipo de actividades contribuye a la disminución de la carga social del Estado, éste incrementa su apoyo a través del mejor modo que hasta ahora ha sabido hacer: incentivos y exenciones fiscales.

Todo ello explica la estrecha relación existente entre ambas materias.

15



Cámara
Madrid



¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?

Christi Amesti Mendizábal

Profesora Titular de Derecho Mercantil de la Universidad Complutense de Madrid



I Encuentro Internacional Emprender desde la RSE en el mercado global 6 y 7 de junio de 2013

En este encuentro aprenderás a diferenciarte de tus competidores de la mano de los mejores expertos nacionales e internacionales y de los mentores más cualificados de las principales compañías españolas y del ámbito institucional



Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables.

**Christi Amesti Mendizabal
Profesora de Derecho Mercantil de la Universidad
Complutense de Madrid**

1



I ENCUESTO INTERNACIONAL EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

Quiero comenzar manifestando mi agradecimiento a los organizadores de estas Jornadas, es decir a la Cámara de Madrid, al Grupo Cinco y a la Universidad Complutense de Madrid a la que pertenezco, por invitarme a participar en ellas y con tan ilustres compañeros de Mesa.

Trataré de acercarme a algunas de las cuestiones más importantes desde una perspectiva mercantil y, en particular, desde el Derecho de Sociedades.

2



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

1. Concepto de RSC: Reconocer los aspectos que se consideran pertenecientes al ámbito de la RSC, y preguntarnos si cabe hablar de compromisos socialmente responsables aislados o, por el contrario, si la RSC es un compromiso que afecta a la política general de la empresa.
2. ¿Regulación o voluntariedad de la RSC?, ¿hasta dónde llega “el compromiso”?, ¿cuándo estamos ante un compromiso de obligado cumplimiento?, ¿qué eficacia tiene el compromiso?.

3



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

3. ¿Quién pone en marcha los compromisos socialmente responsables?, ¿quiénes son los responsables de llevar a cabo las políticas que hacen posible el cumplimiento de dichos compromisos? ¿o quiénes son los responsables de que no se cumplan?, ¿cuál es el papel de los administradores en la RSC?.
4. ¿Cuáles son los compromisos socialmente responsables que afectan de forma directa y personal a los propios administradores de las sociedades?.
5. Las pequeñas y medianas empresas, los emprendedores, ¿también cumplen compromisos socialmente responsables?.

4



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

Las dos primeras voces que del término “compromiso” recoge el Diccionario de la Real Academia de la Lengua:

- a) “obligación contraída”
- b) “palabra dada”. Acepciones que ponen de manifiesto la mayor debilidad que se le imputa a la RSC por los que no creen en ella: la voluntariedad que la caracteriza en nuestro Ordenamiento y que debemos tener presente al realizar este comentario.

5



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

1.- Concepto de RSC.

No existe una definición de RSC en nuestro Ordenamiento, si bien existen varias referencias a la misma.

- a) Artículo 39 de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía sostenible enuncia los aspectos que se consideran, que pertenecen al ámbito propio de la RSC.
- b) Los Códigos de Buen Gobierno españoles no aportan un concepto de RSC: El Código Unificado de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas (22 de Mayo de 2006) la menciona en la Recomendación número 8, en el apartado v, al enumerar las políticas generales cuya aprobación se reserva al Consejo de Administración

6



- c) **Libro Verde de la Comisión Europea (2001):** *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.*
- d) **La Comunicación de la Comisión Europea (2011):** *“la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”.*
- e) Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid: *“nueva cultura de gestión empresarial”*; mención que alude a la **continuidad**.

7



Concepto mercantil de la RSC que se propone: *la forma de administrar y gestionar la sociedad-empresa, que toma en consideración y atiende los intereses sociales y medioambientales de otros grupos de personas que no son los socios de la entidad, y que excede el simple cumplimiento de las normas vigentes aplicables para con ellos.*

El artículo 39 de la Ley de Economía sostenible: *la transparencia en la gestión, el buen gobierno corporativo, el compromiso con lo local y el medioambiente, el respeto a los derechos humanos, la mejora de las relaciones laborales, la promoción de la integración de la mujer, de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, de la igualdad de oportunidades y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y del consumo sostenible.*

8



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL

La RSC ¿compromiso aislado o permanente?

- a) Las políticas aisladas permiten que se utilice la RSC como una política de marketing.
 - b) La RSC: coherencia en la administración y gestión global de la empresa.
 - c) Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid: *“nueva cultura de gestión empresarial”: referencia a un “todo” y no a una política aislada.*
- Código de Buen Gobierno español: probablemente concibe la RSC como “acciones o políticas aisladas”.

9



I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL

2. Regulación o voluntariedad de la RSC y eficacia de los compromisos socialmente responsables.
- a) Código Unificado de Buen Gobierno y Ordenamiento: concepción “contractualista”.
 - b) Artículo 226 de la LSC: los administradores *“desempeñarán su cargo como un representante leal en defensa del interés social, entendido éste como el interés de la sociedad”*.
 - c) Concepción institucionalista: stakeholders.

10



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL

Consecuencia 1:

a) De carácter obligatorio los aspectos regulados con carácter imperativo: la obligatoriedad proviene de la norma, no de la RSC como categoría general.

b) Posibilidad: Cláusula en los Estatutos: obligación voluntaria y permanente

En otros países de nuestro entorno:

La Aktiengesetz austriaca (1965): “teniendo en cuenta los intereses no sólo de los accionistas, sino los de sus empleados” y mención al interés público.

El Código das Sociedades Comerciais (1986): y los intereses de otros sujetos para la sostenibilidad de la sociedad: sus trabajadores, clientes y acreedores.

11



I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL

La “Companies Act” británica (2006): tomando en consideración otros aspectos: el valor a largo plazo de la sociedad, los intereses de los empleados de la sociedad, las relaciones con sus proveedores, clientes y otros grupos, el impacto de las operaciones de la sociedad en la comunidad y su entorno, el mantenimiento de unos altos estándares reputacionales respecto a la conducta de la sociedad, y la necesidad de actuar “con miras” que vayan más allá de los intereses de sus socios.

Conclusión 2: De “*lege ferenda*”: modificación del artículo 226 de la LSC siguiendo a otros Ordenamientos.

12



Cámara
Madrid



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

3. La obligación de los administradores respecto a la RSC.

- a) Recomendación 8 del CUBG.
- b) Competencia en exclusiva: sin necesidad de proponerla a la Junta General de accionistas, ni de someterla a su votación y aprobación.
- c) Sujeto del compromiso : la sociedad,
- d) Personas encargadas de ejecutarlo: los administradores.

13



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

Incumplimiento de un compromiso socialmente responsable:

- a) Regulado por una norma de carácter imperativo: se resolverá con arreglo a la legislación aplicable en cuanto a la sociedad y a sus administradores.
- b) Recogido en los estatutos de la sociedad: responsabilidad de los administradores por el incumplimiento de la cláusula estatutaria.
- c) Compromiso asumido voluntariamente: habrán de valorarse las circunstancias de dicho incumplimiento en cada caso y no debe responderse apoyándose únicamente en el carácter “voluntario” del compromiso.

14



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

Ejemplos:

1. Incumplimiento de un compromiso socialmente responsable, que hubiera ya generado una ventaja competitiva, en detrimento de otras entidades del sector: infracción de normas como Ley General de Publicidad, o Ley de Competencia Desleal.
2. Supuesto de pérdidas de la sociedad, por circunstancia sobrevenida razonablemente imprevista o imprevisible, que haga aconsejable abandonar el compromiso que fue asumido cuando las circunstancias de ésta lo permitían: el incumplimiento amparado por el caso fortuito o la fuerza mayor: no habrá responsabilidad, ni de la sociedad ni de sus administradores.

15



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

Opinión general de la doctrina: Es difícil mantener que del incumplimiento de una política de RSC pueda derivarse la responsabilidad de los administradores, ni tampoco la de la propia sociedad.

Opinión propia:

- a) No debe aventurarse una respuesta a priori.
- b) Deben examinarse las circunstancias: la culpabilidad de los administradores, el daño que se genere, la identificación de las personas que resulten perjudicadas y su legitimación para ejercer las acciones correspondientes, la entidad o las repercusiones del compromiso socialmente responsable por su cuantía o duración, entre otras.

16



Conclusión 3: Es deseable un cambio en la LSC.

Conclusión 4: La actuación culpable de los administradores, por dolo o por negligencia grave, en el incumplimiento de un compromiso socialmente responsable previamente asumido por una sociedad, debe abrir la vía para la responsabilidad de los administradores, atendiendo a las circunstancias de cada caso.

17



4. Compromisos socialmente responsables que afectan a los administradores en la esfera personal.

a) Las retribuciones de los administradores.

b) La incorporación de la mujer a los Consejos de Administración de las sociedades cotizadas.

18



a) Las retribuciones:

Contradicción o Incoherencia:

- 1) Las retribuciones computan como un gasto de la sociedad, luego afectan al interés de los socios que los administradores deben defender con arreglo al artículo 226 de la LSC.
- 2) Ejercicio de simplificación: a mayor retribución de los administradores, menor beneficio del accionista, luego moderando sus retribuciones, mejoran el beneficio del socio: mejor defensa del interés de éste.
- 3) Conflicto de intereses que debería ser contemplado con mayor interés y cuidado por la LSC o por los Códigos de Buen Gobierno.

19



**Razón de la consideración de las retribuciones como
RSC en las sociedades cotizadas:**

Reconocimiento del poder casi omnímodo de los administradores y de la práctica total inoperancia de la Junta General de accionistas, como órgano del que se espera que ejerza el control de la gestión de los administradores.

Poder de los administradores que se sirven de la Junta General como instrumento al servicio de sus intereses –lo cual no significa que con ello se perjudique a la sociedad-,

Desinterés de los accionistas que, en su mayoría, se comportan como meros inversores que persiguen un beneficio individual

20



Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

Soluciones ajenas a la RSC

- a) Difícil, en la sociedad cotizada y en otras sociedades más pequeñas, salvo que exista un grupo de socios que actúe como “contra-poder.
- b) Propuestas: la Junta General haya de aprobar las retribuciones (art. 217LSC para SRL) ,
- c) Nueva fórmula de organización con otros mecanismos de control de la gestión de los administradores.

Las retribuciones materia de RSC tiene sentido: los administradores de las sociedades cotizadas son “la propiedad de facto” y los accionistas-inversores son un grupo de interés que ha perdido el poder que se le supone a “la propiedad”.

21



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPRENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

Los escándalos financieros han convertido las retribuciones en una cuestión de **interés público**.
El legislador ha comenzado a regular algunos aspectos relativos a dichas retribuciones:

- a) limitando las cuantías y, en general,
- b) estableciendo medidas para procurar la transparencia del sistema retributivo de los administradores.

22



Cámara
Madrid



Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

En estos supuestos, puede hablarse de RSC: el legislador acude en defensa de los intereses de los clientes, proveedores y, en especial, de la sociedad en su conjunto (en términos sociológicos): todos los ciudadanos se han visto perjudicados y afectados por el esfuerzo económico que ha tenido que realizarse como consecuencia de la situación de insolvencia en la que se han encontrado algunas de dichas entidades.

23



Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

La incorporación de la mujer a los Consejos de Administración de las sociedades cotizadas:

- a) Los intentos de establecer objetivos a plazo fijo en cuanto al porcentaje de consejeras que debe alcanzarse en los Consejos de Administración han sido ralentizados.
- b) Objeto de noticias procedentes de Europa de carácter contradictorio.
- c) La Propuesta de Directiva establece “un objetivo mínimo, para 2020, del 40% para los miembros no ejecutivos del género menos representado en el consejo de administración de las empresas cotizadas en Europa o para 2018 en el caso de empresas públicas” sigue adelante.

24



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL

5. La RSC en relación con las pequeñas y medianas empresas y el emprendedor.

a) Auténticas políticas de RSC de forma espontánea, con sus empleados, con sus clientes y proveedores.

b) Problema: La crisis está ocasionado un retroceso, en la RSC de las pequeñas empresas.

El intento y la puesta en práctica por las empresas, cualquiera que sea su tamaño, de las políticas denominadas “de emprendimiento” con el objeto de crear puestos de trabajo por cuenta ajena o de “autoempleo”, debe considerarse, en la actualidad, el mejor y más importante de los posibles compromisos socialmente responsables.

25



I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL

Termino mi exposición recordando las dos voces del término “compromiso” según el diccionario de la RAE con las que se ha iniciado esta exposición, en el sentido de que:

a) cuando un Ordenamiento Jurídico contempla en sus normas la previsión de que los administradores de las sociedades han de velar por los intereses de otros, además de por lo que beneficie a sus accionistas, los compromisos socialmente responsables constituyen una “obligación”,

b) mientras que en aquéllos en los que no existe tal previsión, como es el caso del Ordenamiento español, la RSC es simplemente “una palabra dada”?

Muchas gracias,

26



Cámara
Madrid



¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?

Carlos Díaz

Presidente del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa España

Orencio Vázquez

Director del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa España



I Encuentro Internacional Emprender desde la RSE en el mercado global 6 y 7 de junio de 2013

Denunciar errores del pasado y del presente para modificar el futuro.



www.observatoriorsc.org



Banco Mundial



- Normas sobre Empresas y Derechos Humanos Subcomisión para la Promoción y Protección de los Derechos Humanos de la ONU- 2003
- "Informes Ruggie" del Representante Especial John Ruggie sobre derechos humanos y empresas 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010
- Aprobación de los principios rectores para empresas y derechos humanos

- Informe del Parlamento Europeo marzo 2007 (Howitt)
- Foro Multistakeholder 2009-2010
- Workshops on the disclosure of environmental, social and governance information CE sep 2009- marzo 2010
- Nuevo posicionamiento de la RSC de la UE
- Posicionamiento de la UE sobre empresa y DDHH.
- Propuesta de directiva para reporte no financiero

- inversiones y proyectos. Equator Principles, revisión
- International Finance Corporation (IFC) – Notas de desempeño social, laboral, ambiental

- Guía para empresas multinacionales y establecimiento de Puntos Nacionales de Contacto (PNC)
- Enfoques comunes en la inclusión de criterios de RSC en las decisiones de inversión y aseguramiento (ECA)
- Revisión 2011. Inclusión de capítulo de DDHH y fiscalidad

3



OBSERVATORIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

PRESENTACIÓN DE LA NOVENA EDICIÓN DEL ESTUDIO

"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS MEMORIAS ANUALES DE LAS EMPRESAS DEL IBEX 35"

MEMORIAS DEL EJERCICIO 2011

7 de mayo de 2013



INTRODUCCIÓN Y ALCANCE

- **Objetivo:** evaluar la calidad de la información sobre RSC proporcionada en la documentación y memorias publicadas por las empresas del IBEX 35 referidas al año 2011. Se evalúa:
 - Calidad técnica y coherencia.
 - Contenidos y sistemas de gestión descritos.
 - Nivel de validez de las memorias como herramienta de gestión interna y rendición de cuentas.
- Memorias entregadas en las Juntas Generales de Accionistas referentes a 2011 que contengan información sobre aspectos de RSC.
- Se ha considerado información adicional facilitada tanto por las empresas como por algunas de sus partes interesadas (ONG, Asociaciones de consumidores, otros).



MODELO DE ANÁLISIS Y HERRAMIENTAS

- Herramienta que contempla los diferentes aspectos relativos a la RSC en un alto nivel de detalle.
- Herramientas relacionadas con la RSC de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional.
- Posibilidad de transformar valoraciones cualitativas en cuantitativas
- Minimización de la incertidumbre generada en la evaluación a través de la aplicación de criterios comunes.



**GRI 2002
+
GRI 2006-G3
+
Suplementos
sectoriales**



new economics foundation

“Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos” de N.Unidas

**Principios Rectores sobre Empresas y
Derechos Humanos (J. Ruggie)**

**Convención de las Naciones Unidas
contra la corrupción**

Directrices de Naciones Unidas sobre la protección del consumidor

AA1000 – Assurance Standard



Paraísos Fiscales

Real Decreto 1080/91 del 5 de julio

Listado de OCDE de 25/03/2010

Tax Justice Network (noviembre 2009)

**Lista del Parlamento Europeo, informe
Hamon (marzo 2009)**

Gobierno Corporativo

Código Aldama

Recomendaciones CNMV

Sarbanes Oxley (Canal anónimo)

**Código Unificado de Buen Gobierno
CNMV "Código Conthe"**

[illegible]

550 Indicadores/ requisitos básicos en el modelo de análisis + sectoriales

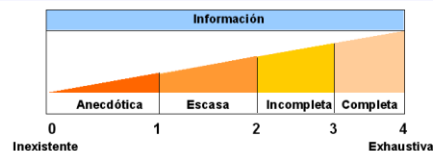
Nuevos sectoriales de GRI de los sectores de Eléctricas, Minería, Telecomunicaciones y Servicios Financieros

VALORACIONES Y EJES DE ANÁLISIS

HERRAMIENTA	PUNTUACIÓN
GRI	
Índice&Perfil GRI	
GRI Indicadores	
Principios GRI	
GOBIERNO CORPORATIVO	
ONU	
AA1000	
AA1000 Requisitos	
AA1000 Principios	
NEF	
TOTAL	

CONTENIDO		SISTEMAS DE GESTIÓN					GOBIERNO CORPORATIVO
Indicadores GRI	DDHH ONU	AA1000		NEF	GRI		
		Principios	Requisitos		Principios	Perfil	

GRADOS DE CALIDAD DE LA INFORMACIÓN



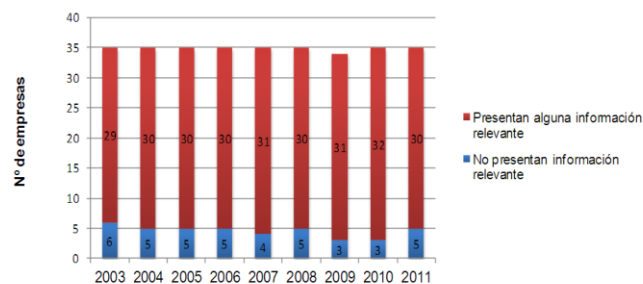
	Inexistente	Apenas se ha encontrado información relacionada con los aspectos evaluados en la documentación analizada
0	Anecdótica	Se ha detectado información relacionada con al menos el 25% de los aspectos evaluados, pero ésta es mayoritariamente anecdótica y no relevante frente al alcance de actividades, productos y/o geográfico de la empresa
1	Escasa	Se ha detectado información relacionada con al menos el 50% de los aspectos evaluados, pero ésta es bastante limitada, y/o no es significativa frente al alcance de actividades, productos y/o geográfico de la empresa
2	Incompleta	Se ha detectado información relacionada con al menos el 75% aspectos evaluados, pero ésta no se podría considerar todavía completa, y/o no cubre completamente todo el alcance de actividades, productos y geográfico
3	Completa	Se ha detectado información relevante y descriptiva relacionada con el 100% de los aspectos evaluados, cubriendo todos los alcances de la organización
4	Exhaustiva	Se ha detectado información relevante, descriptiva y detallada relacionada con todos los aspectos evaluados, cubriendo todos los alcances de la organización



RESULTADOS DEL ESTUDIO

EMPRESAS QUE PROVEEN INFORMACIÓN RELEVANTE

Nº de empresas del IBEX35 que presentan información relevante sobre aspectos de RSC



No presentan información relevante sobre la gestión, resultados e impactos de su RSC: TÉCNICAS REUNIDAS, BANKIA, GRIFOLS, ACERINOX



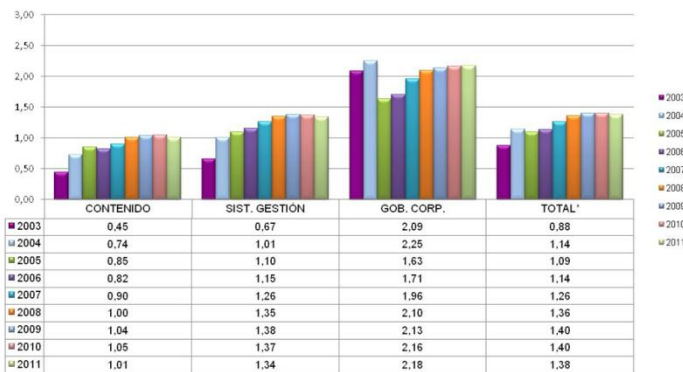
Cámara
Madrid



Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

Resumen de Resultados Globales 2003-2011

RESUMEN DE RESULTADOS



* Media de herramientas de evaluación

1. Empeora ligeramente la calidad de la información: mismo nivel de *información escasa* que en la anterior edición: 1,38. Leve descenso de - 0,02 respecto 2 últimos ejercicios.
2. No hay un cambio de paradigma, no hay rendición de cuentas



Contenidos- Información escasa y de poca calidad. Leve retroceso: - 0,04



Sistema de Gestión- Leve retroceso, aunque hay algún avance en compromisos - información escasa: - 0,03



Gobierno Corporativo- el mejor de los tres ejes aunque con información incompleta: +0,02

Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

RESULTADOS POR EMPRESA

RESULTADOS 2011						
	CONTENIDO		SIST. GESTIÓN			GOB. CORP.
	Indicadores GRI	DOHH ONU	AA1000 Principios	Indicadores NEF	GRI Principios Perfil	
ABENGOA	1,44			1,94		1,93
ABERTIS	1,08			1,96		2,47
ACCIONA	0,87			1,42		2,48
ACERINOX	0,38			0,20		1,88
ACS	0,53			0,96		1,88
AMADEUS	0,42			0,77		2,11
ARCELORMITTAL	1,36			1,93		2,26
BANKIA	0,15			0,30		1,28
BANKINTER	1,20			0,99		2,52
BBVA	1,58			1,77		2,36
BCO POPULAR	1,03			1,21		2,42
BCO SABADELL	1,25			1,82		1,85
BOLSAS Y MERCADOS	0,63			0,58		2,35
CAIXABANK	0,86			1,03		1,67
EBRO FOODS	0,70			0,65		2,28
ENAGAS	0,93			1,19		2,30
ENDESA	1,18			1,64		2,15
FCC	0,75			1,05		2,22
FERROVIAL	0,86			1,60		2,37
GAMESA	1,42			1,82		2,17
GAS NATURAL	1,56			1,87		2,13
GRIFOLS	0,30			0,66		2,08
IAG - IBERIA	0,65			0,96		2,01
IBERDROLA	2,05			2,10		2,71
INDITEX	1,56			1,82		2,60
INDRA	0,98			2,00		2,75
MAPFRE	1,19			1,60		2,14
MEDIASET	0,95			1,06		2,58
OHL	0,97			1,54		1,74
REC	1,75			2,33		2,62
REPSOL YPF	1,22			1,72		2,32
SACYR VALL	0,88			1,28		1,72
SCH	1,11			1,35		2,07
TECNICAS REUNIDAS	0,08			0,06		1,66
TELEFONICA	1,42			1,97		2,41
MEDIA IBEX 35	1,01			1,34		2,18
						1,38



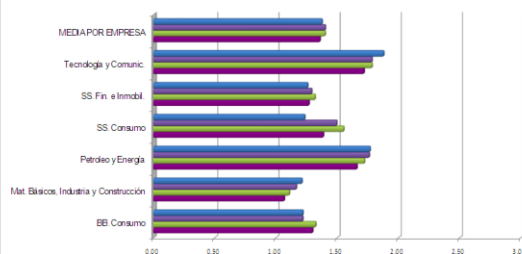
RESULTADOS ORDENADOS

RESULTADOS GLOBALES	2011		2010	2009	2008	2007	Variación Puntuación 2010/2011
	Punt.	Posición	Punt.	Punt.	Punt.	Punt.	
IBERDROLA	2,18	1	2,00	1,97	2,04	1,89	0,18
REC	2,18	1	2,17	2,14	2,14	2,05	0,01
TELEFONICA	1,92	3	1,80	1,91	1,83	1,87	0,12
INDITEX	1,89	4	1,89	1,84	1,82	1,78	0,00
INDRA	1,84	5	1,77	1,66	1,61	1,54	0,07
BBVA	1,82	6	1,81	1,81	1,88	1,90	0,01
GAS NATURAL	1,80	7	1,73	1,72	1,58	-	0,07
ARCELOR MITTAL	1,77	8	1,55	1,48	-	-	0,22
ABERTIS	1,75	9	1,65	1,63	1,51	1,49	0,10
ABENGOA	1,75	10	1,50	1,42	1,46	-	0,25
REPSOL YPF	1,71	11	1,71	1,67	1,73	1,76	0,00
GAMESA	1,69	12	1,68	1,59	1,54	1,45	0,01
ENDESA	1,58	13	1,66	1,60	1,51	1,56	-0,08
BCO SABADELL	1,55	14	1,54	1,49	1,40	1,50	0,01
FERROVIAL	1,55	15	1,49	1,45	1,48	1,28	0,06
MAPFRE	1,55	16	1,48	1,43	1,35	1,29	0,07
ACCIONA	1,41	17	1,39	1,37	1,42	1,37	0,02
SCH	1,40	18	1,38	1,54	1,45	-	0,02
OHL	1,39	19	1,49	1,34	1,37	-	-0,10
BANKINTER	1,32	20	1,28	1,34	1,37	1,25	0,04
BCO POPULAR	1,30	21	1,32	1,44	1,45	1,45	-0,02
MEDIASET	1,26	22	1,28	1,45	1,45	-	-0,02
ENAGAS	1,24	23	1,20	1,15	1,12	1,00	0,04
SACYR VALL	1,22	24	1,28	1,18	1,07	0,94	-0,06
FCC	1,17	25	1,18	1,18	1,14	1,06	-0,01
CAIXABANK	1,05	26	1,03	-	-	-	0,02
IAG - IBERIA	1,02	27	1,56	1,58	1,56	-	-0,54
ACS	0,99	28	1,00	0,97	0,99	0,81	-0,01
EBRO FOODS	0,94	29	0,98	-	-	-	-0,04
AMADEUS	0,91	30	-	-	-	-	-
BOLSAS Y MERCAD	0,90	31	0,82	0,81	0,78	-	0,08
GRIFOLS	0,83	32	0,79	0,81	0,78	-	0,04
ACERINOX	0,50	33	0,45	0,42	0,41	0,33	0,05
BANKIA	0,44	34	-	-	-	-	-
TECNICAS REUNIDA	0,37	35	0,34	0,29	0,28	-	0,03
MEDIA IBEX 35	1,38		1,40	1,40	1,36	1,26	-0,03



RESULTADOS POR SECTORES

Resultados Totales por sectores 2008/2011



	BB. Consumo	Mat. Básicos, Industria y Construcción	Petróleo y Energía	SS. Consumo	SS. Fin. e Inmob.	Tecnología y Comunic.	MEDIAPOR EMPRESA
2011	1,22	1,21	1,77	1,24	1,26	1,88	1,38
2010	1,22	1,17	1,76	1,50	1,29	1,79	1,40
2009	1,33	1,11	1,72	1,55	1,32	1,79	1,40
2008	1,30	1,07	1,66	1,39	1,27	1,72	1,36

Prácticamente no hay variaciones

1. Tecnología y Comunicación mejor puntuación Total – 1,88
2. Tecnología y Comunicación mejor en Sistemas de Gestión- 1,99- y en Gobierno Corporativo- 2,58
3. Petróleo y Energía – 2º Total- 1,77
4. Petróleo y Energía mejor en contenidos- 1,44

2011				
SECTORES	CONTENIDO	SIST. GESTIÓN	GOB. CORP.	TOTAL
BB. Consumo	0,85	1,04	2,32	1,22
Mat. Básicos, Industria y Construcción	0,82	1,19	1,99	1,21
Petróleo y Energía	1,44	1,81	2,34	1,77
SS. Consumo	0,78	1,19	2,29	1,24
SS. Fin. e Inmob.	1,00	1,16	2,07	1,26
Tecnología y Comunic.	1,20	1,99	2,58	1,88
MEDIA POR EMPRESA	1,01	1,34	2,18	1,38



CONTENIDOS SOBRE RSC

CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Indicadores económicos

COD.	ECONÓMICOS	Nº Empresas	%
I.C.2	Empresas con presencia en paraísos fiscales	33	94%
I.C.3	Desglose de impuestos por país	0	0%
I.C.3.1	Exenciones y créditos fiscales	0	0%
I.C.3.2	Tasa efectiva del impuesto sobre beneficios	0	0%
I.C.3.3	Estrategia o política fiscal de la compañía	0	0%
I.C.3.4	Empresa que realiza la Asesoría fiscal	5	14%
I.C.4	Desglose de subvenciones por país	0	0%

- **94 %** tienen presencia en Paraísos Fiscales (33): ABENGOA, ABERTIS, ACCIONA, ACERINOX, ACS, AMADEUS, ARCELOR MITTAL, BANKIA, BANKINTER, BBVA, BANCO POPULAR, BANCO SABADELL, BANCO SANTANDER CH, BOLSA Y MERCADOS, CAIXABANK, EBRO FOODS, ENAGAS, ENDESA, FCC, FERROVIAL, GAMESA, GAS NATURAL, GRIFOLS, IBERDROLA, IAG IBERIA, INDITEX, MAPFRE, OHL, RED ELECTRICA, REPSOL, TECNICAS REUNIDAS, MEDIASET y TELEFÓNICA
- Sólo INDRA y SACYR VALLERMOSO están excluidas de esta lista, pues informan que todas sus empresas en paraísos fiscales realizan actividades operativas
- Ninguna empresa informa sobre los impuestos pagados y las subvenciones recibidas en cada uno de los países en los que tributa.
- Tampoco hay ninguna empresa que aporte información completa por país sobre las tasas efectivas de impuestos pagados, ni sobre las cuantías por exenciones, créditos o beneficios fiscales que se han aplicado en cada caso.



CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Indicadores económicos

- No se ha identificado ninguna empresa del IBEX35 que cuente con una política fiscal accesible a todas las partes interesadas, que incluya los criterios para aprobar operaciones e inversiones en paraísos fiscales.
- En un año se ha registrado un aumento de 83 sociedades participadas y dependientes de empresas del IBEX35 domiciliadas en paraísos fiscales, pasando de 354 a 437. Esto representa un aumento del 23% respecto de 2010 y del 60% respecto de 2009.

Nº Sociedades en paraísos fiscales		
2011	2010	2009
437	354	273

CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Indicadores económicos

- Por número de sociedades dependientes domiciliadas, los paraísos fiscales más usados por las empresas del IBEX35 son: EEUU Delaware 115, Holanda 85, Luxemburgo 30, Irlanda 29, Suiza 24, Hong Kong 23 e Islas Caimán 22

Paraísos fiscales más utilizados	Nº Sociedades		
	2011	2010	2009
EEUU Delaware	115	61	41
Países Bajos (Holanda)	85	74	63
Luxemburgo	30	29	26
Irlanda	29	27	6
Suiza	24	31	22
Hong Kong	23	9	8
Islas Cayman	22	26	25
Uruguay	16	10	3
Puerto Rico	14	20	14
Mauricio	13	0	0
Singapur	9	5	3
Panamá	8	9	13
Jersey	7	7	12
Andorra	6	6	4
Bahamas	6	6	8
Bermudas	5	1	1
Guernsey	5	5	5



CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Indicadores económicos

Nº de sociedades en paraísos fiscales	2011	2010	2009
BANCO SANTANDER	72	54	34
ACS	71	16	17
BBVA	43	26	23
REPSOL YPF	43	45	38
FCC	26	24	1
ABENGOA	22	18	14
INDITEX	17	16	14
AMADEUS	15		
GAS NATURAL	14	13	18
ABERTIS	12	19	14
IBERDROLA	10	5	5
TELEFONICA	10	16	13
BANQUA	9		
BCO SABADELL	9	11	13
IAG IBERIA	9	2	0
ARCELOR MITTAL	8	7	4
MAPFRE	8	6	4
ENDESA	7	6	6
ACERINOX	5	6	5
FERROVIAL	5	25	22
GAMESA	4	3	1
BCO POPULAR	3	4	6
GRIFOLS	3	9	8
ACCIONA	2	7	3
REE	2	2	1
BANKINTER	1	0	0
BOLSAS Y MERCADOS ESP.	1	1	0
CAIXABANK	1	1	1
EBRO FOODS	1	1	
ENAGAS	1	0	0
OHL	1	2	2
TECNICAS REUNIDAS	1	5	1
MEDIASET	1	1	1
INDRA	0	0	0
SACYR VALL	0	0	2
Otras empresas incluidas en el IBEX35 en 2010 o 2009		3	2
TOTAL empresas	437	354	273

CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Indicadores económicos

- 2011 el número de sociedades dependientes de empresas del IBEX 35 domiciliadas en Delaware (EEUU) fueron 115, prácticamente doblando el número de las identificadas en 2010 (61) y casi triplicando el de 2009 (41).
- De estas 115 sociedades dependientes domiciliadas en Delaware, 80 (el 70%) comparten las mismas dos direcciones postales en la pequeña ciudad de Wilmington (70.000 habitantes). Estas 80 sociedades pertenecen a 9 empresas del IBEX35.

2711 Centreville Road, Suite 400, Wilmington, Delaware, 19808,
(Corporation Service Company)

1209 Orange Street Wilmington, Delaware 19802 (Corporation Trust Center)



45 sociedades participadas por empresas del IBEX35:
BANCO SANTANDER 17, ACS 14, BBVA 5, REPSOL 4, IBERDROLA 3,
ABENGOA 1, OHL 1



35 sociedades participadas por empresas del IBEX35:
ABERTIS 10, BANCO SANTANDER 8, ACS 8, REPSOL 5,
ABENGOA 3, AMADEUS 1



CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Indicadores económicos

El Observatorio considera que suscribir acuerdos sobre intercambio de información fiscal no puede considerarse un hecho suficiente como para retirar la condición de paraíso fiscal a un país.

Hay tres argumentos:

1. Los acuerdos de intercambio de información están orientados a la investigación de delitos fiscales, pero, la elusión fiscal no es un delito pero tiene un impacto económico y social sobre el ejercicio de derechos básicos de las personas, ya que supone menores ingresos de los Estados y, por tanto, menor capacidad de cumplir con sus deberes de garante de derechos.
2. La firma de un acuerdo de intercambio de información no garantiza que se realice intercambio de información de manera efectiva entre los dos países
3. El quitar paraísos fiscales de una lista simplemente por la firma de acuerdos de intercambio de información obvia uno de los pilares que hay bajo el concepto de paraíso o nicho fiscal. Este pilar fundamental es la baja o nula presión fiscal, responsabilidad fiscal y social en un contexto con la poca armonización fiscal entre países.



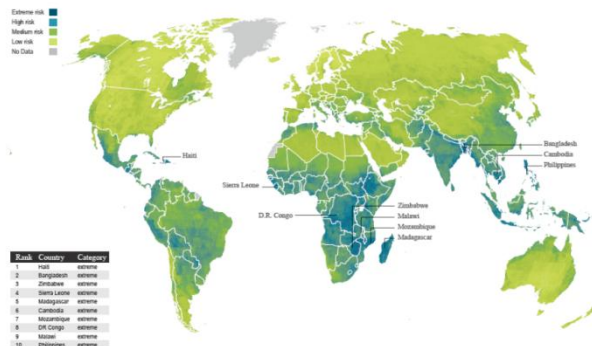
CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Indicadores medioambientales

COD.	MEDIO AMBIENTE	Nº Empresas	%
I.C.14	Principio de precaución Medio Ambiente	4	12%
I.C.15	Principio de prevención Medio Ambiente	27	77%
I.C.16	Información sobre multas asociadas a incumplimientos asociados a Medio Ambiente	8	23%
I.C.17	Impactos ambientales significativos de los principales productos y servicios	3	9%
I.C.18	Actuación de los proveedores en relación a los aspectos medioambientales	10	29%

- IC.14- Sólo 4 empresas se comprometen expresamente con el principio de precaución ambiental – Además, concierne sectores de riesgo, como el financiero, que sin embargo, minimiza su capacidad de impactar negativamente en el medio ambiente.
- IC.15- Sigue existiendo cierta confusión en las empresas entre ambos principios (precaución y prevención). El IC14 exige tomar medidas que reduzcan la posibilidad de sufrir un daño ambiental grave a pesar de que se ignore la probabilidad precisa de que éste ocurra, mientras que el IC15 obliga a tomar medidas dado que se conoce dicho daño ambiental. Al IC15 se compromete la mayoría de las empresas. Sin embargo, la transformación de este compromiso es desigual.
- IC.16- Información sobre sanciones y multas ambientales: Menos de un cuarto de las empresas aportan una información suficiente. Además, ésta sigue siendo imprecisa y escasa, sin aportar datos sobre la causa de la sanción o medidas tomadas para mitigar el daño.
- IC.17- Únicamente FERROVIAL, REC y SACYR VALLEHERMOSO citan algunos impactos negativos de sus productos y servicios. Y cuando lo hacen, son muy incompletos y, en general, se opta por una minimización e infravaloración.
- IC.18- En general, las empresas no informan sobre mecanismos de verificación y seguimiento de sus proveedores en términos ambientales. Sólo suelen decir cómo valoran que los proveedores cuenten con sistemas de gestión medioambiental y con certificaciones (del tipo ISO 14000 u otras similares).



Riesgo sobre Cambio Climático



Índice de vulnerabilidad al Cambio Climático 2012
Este mapa ha sido cedido por Maplecroft (<http://maplecroft.com>)



CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Derechos laborales

COD.	DERECHOS LABORALES	Nº Empresas	%
I.C.5	% de Empleados afiliados a sindicatos y cubiertos por convenio colectivo. Información por países	2	6%
I.C.6	Políticas y procedimientos de no discriminación	16	46%
I.C.7	Prevención del <i>mobbing</i> o acoso laboral	24	69%
I.C.8	Desglose del colectivo de trabajadores, por regiones/país, situación, tipo de contratación, modalidad de contrato	10	29%
I.C.9	Gastos salariales por países	0	0%
I.C.10	La empresa reconoce expresamente el derecho a la libertad de asociación de los trabajadores	25	71%
I.C.11	La empresa reconoce expresamente el derecho a la negociación colectiva de los trabajadores	23	66%
I.C.12	La empresa protege los derechos de los trabajadores frente a procedimientos vigentes en países que no apliquen en su totalidad las normas internacionales relativas a la libertad de asociación y el derecho a la sindicación y a la negociación colectiva	5	14%
I.C.13	Promedio de horas de formación por empleado y año, según categorías profesionales	11	31%

- IC. 5- Sólo BANCO SABADELL y GAS NATURAL aportan información sobre el % de afiliación y empleados cubiertos por convenios por país ("representados"). Sin embargo, **no se informa sobre "afiliados"**. En ejercicio 2010 ninguna empresa aportó datos suficientes.
- IC. 6- Se mantiene la tendencia al alza del número de empresas que incluyen políticas y procedimientos de no discriminación (del 21 al 46% desde 2009). Sin embargo, sus procedimientos de cumplimiento siguen siendo poco claros.
- IC. 7- Aunque parezca un alto porcentaje de cumplimiento, es preciso diferenciar lo declarativo de lo real. Ej: ABENGOA informó en 2009 sobre su protocolo de denuncia del acoso laboral, pero en 2011 afirma que no ha registrado casos (+75 países, 24mil empleados)
- IC. 9- **Ninguna empresa aporta la información completa referida a los gastos salariales por país.**
- IC. 10- La información sobre relaciones sindicales es anecdótica, excepto sobre España. Muchas **empresas que sí reconocen este derecho operan al mismo tiempo en países donde es cuestionado y no lo explican** (Colombia, Marruecos, etc).
- IC. 13- Respecto al año anterior, se aprecia un **descenso del 40% al 31% en horas de formación por empleado y año.**



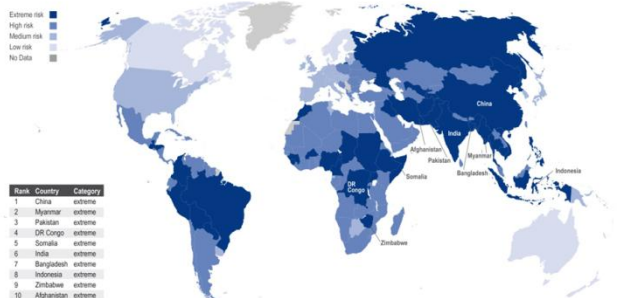
Cámara
Madrid



Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

Riesgo sobre la Libertad de Asociación y Negociación Colectiva

Labour Rights and Protection Index 2010



© Maplecroft 2010 | The Towers, 50 Stephens Road, Suite 501 S2, United Kingdom | T: +44 (0) 1225 433 000 | www.maplecroft.com | info@maplecroft.com | humanrights@maplecroft.com

Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Corrupción

COD.	CORRUPCIÓN	Nº Empresas	%
I.C.35	La empresa aporta información sobre sus Códigos de conducta sobre anticorrupción y soborno (procedimientos anticorrupción).	28	80%
I.C.36	La empresa informa sobre los controles internos para ayudar a prevenir y detectar los actos de corrupción.	20	57%
I.C.37	La empresa informa sobre qué procedimientos de auditoría y certificación de sus estados financieros emplea para prevenir el fraude.	25	71%
I.C.38	La empresa informa sobre cómo lucha contra el blanqueo de dinero en su esfera de actividad.	9	26%
I.C.39	La empresa informa de la política y sistemas de gestión/procedimientos, así como de los mecanismos de cumplimiento dedicados a las contribuciones y los instrumentos de presión política.	4	11%
I.C.40	La empresa aporta información sobre cantidad de dinero donado, préstamos condonados o aportaciones en especie donadas a instituciones y partidos políticos, con desglose por país y con mención de la entidad que lo recibe.	1	3%
I.C.41	Prevención de corrupción y soborno entre empresas	11	31%
I.C.42	Prevención de corrupción de funcionarios nacionales e internacionales	6	17%

- IC. 35.- Continúa al alza la práctica de reconocimientos voluntariamente mediante códigos éticos o de conducta. Sin embargo su aplicación está lejana de ser la adecuada. Además, aún hay 7 empresas que ni siquiera han realizado un reconocimiento expreso contra la corrupción y el soborno.
- IC. 37.- 5 nuevas empresas informan sobre procedimientos de auditoría para prevención del fraude (subida del 14% - hasta el 71%)
- IC. 40.- IBERDROLA es la única empresa que informa suficientemente de la cantidad de dinero donado o préstamos condonados a instituciones y partidos políticos, con desglose por país y entidad que lo recibe. Durante el ejercicio 2010 ninguna empresa lo hizo.
- IC. 42.- Continúa el descenso: en 2009 eran 12 las empresas que activamente prevenían la corrupción de funcionarios. En 2011 sólo 6.



Cámara
Madrid



Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

Mapa de Riesgos en Corrupción

Corruption and Transparency Index 2010

maplecroft

Extreme risk
High risk
Medium risk
Low risk
No Data



© Maplecroft 2010 | The Towers, 50 Stephens Road, Bath BA1 5JZ, United Kingdom | +44 (0) 1225 420 000 | www.maplecroft.com | info@maplecroft.com | humanrights@maplecroft.com

Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Derechos Humanos

COD.	DERECHOS HUMANOS	Nº Empresas	%
I.C.28	Compromiso de la empresa de respetar los derechos humanos por igual en las actividades que tienen lugar en el país de origen y en cualquier otro país en el que realice sus actividades.	22	60%
I.C.28.1	La empresa informa que tiene una política de DDHH, en la que asume su responsabilidad de respetar los DDHH	15	43%
I.C.28.2	La empresa informa de los riesgos sobre los DDHH por sus propias actividades o como resultado de sus relaciones comerciales	1	3%
I.C.28.3	La empresa informa sobre la evaluación de los impactos producidos sobre los DDHH como consecuencia por sus propias actividades o como resultado de sus relaciones comerciales	4	11%
I.C.28.4	La empresa informa sobre las medidas que toma para hacer frente a las consecuencias negativas de sus actividades sobre los derechos humanos	4	11%
I.C.28.5	La empresa informa de los mecanismos de acceso a remedio para las personas víctimas de impactos sobre los DDHH por sus propias actividades o como resultado de sus relaciones comerciales	1	3%
I.C.28.6	La empresa informa de los casos que han utilizado sus mecanismos de reclamación y remedio por impactos sobre los DDHH	0	0%
I.C.29	La empresa aporta información sobre su no utilización de trabajo forzoso u obligatorio.	17	49%
I.C.30	La empresa aporta información sobre garantías de no utilización del trabajo infantil	20	57%
I.C.31	La empresa proporciona información sobre las normas de seguridad e higiene relacionadas con sus actividades locales.	11	31%

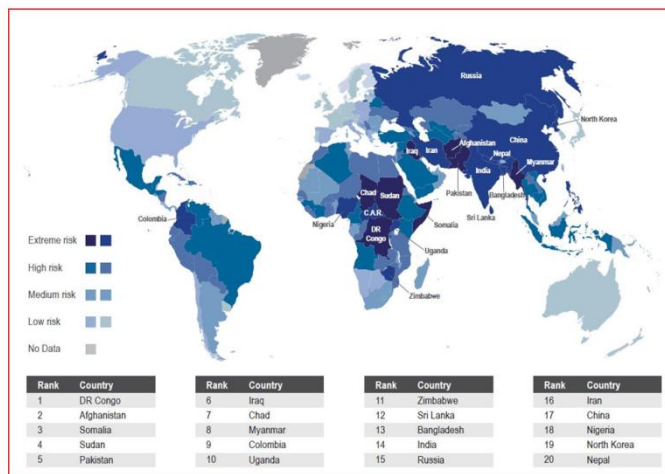


CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC Derechos Humanos

COD.	DERECHOS HUMANOS	Nº Empresas	%
I.C.32	La empresa aporta datos comparativos entre salarios entre hombre y mujer y por escalas profesionales.	11	31%
I.C.33	La empresa aporta información sobre cómo reconoce y respeta el principio del consentimiento de los pueblos y las comunidades indígenas a ser afectados por proyectos de desarrollo (en su ámbito de influencia).	1	3%
I.C.19	La empresa asume la responsabilidad por los efectos sobre el medio ambiente y la salud humana de todas sus actividades	6	17%
I.C.34	Control de DDHH en proveedores.	7	20%

- El área donde se aporta información de más baja calidad sigue siendo DDHH. Además, se adolece implantación de fórmulas prácticas de aplicabilidad en la gestión. Se continúa obviando el alto riesgo para los DDHH existente en países como China, Cuba o Angola.
- Durante 2011 se registraron grandes avances en los estándares internacionales. Por ello se han incluido 6 nuevos indicadores en la metodología con el fin de ajustarse a dichos desarrollos (principalmente relacionados con la aparición del Marco y los Principios Rectores ONU para Empresa y DDHH del ex Relator Especial John Ruggie – indicadores 28.1 a 28.6)
- Exceptuando en lo referente a informar de la existencia de una política de DDHH por parte de la empresa (indicador 28.1; 43%), en ninguno de los demás indicadores se supera el 11% de cumplimiento, hecho indicativo del escaso cumplimiento de los estándares internacionales en el IBEX 35. **Suspense en Debida Diligencia.**
- IC. 32- En comparación con 2010, en 2011 tres empresas más aportaron datos comparativos entre salarios entre hombre y mujer y por escalas profesionales. Sin embargo, este indicador sigue sin ser cumplido por un tercio de las empresas (31%). Además, las razones aportadas para justificar diferencias en los salarios siguen sin ser creíbles.
- I.C. 19- Si en 2010 sólo 1 empresa asumía la responsabilidad por los efectos sobre el medio ambiente y la salud humana de todas sus actividades, en 2011 son 5 más. Este ascenso no puede ocultar el hecho de que sólo 6 de las 35 empresas asumen su responsabilidad.
- IC. 34.- **Un 80% de las empresas del IBEX 35 no aportan información suficiente sobre sus medidas mínimas de control de proveedores en el ámbito de los DDHH (evaluaciones).** Si bien el hecho de informar no garantiza su efectiva protección (INDITEX), se trata de un paso previo que muy pocas empresas cumplen.

Mapa de Riesgos en Derechos Humanos



Riesgo en Derechos Humanos

Este mapa ha sido cedido por Maplecroft (<http://maplecroft.com>)

Queda prohibido su uso o reproducción sin el permiso expreso de Maplecroft.





Cámara
Madrid



Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

Mapa de Riesgos en Trabajo Infantil



Vulneraciones de Trabajo infantil

Este mapa ha sido cedido por Maplecroft (<http://www.maplecroft.com>)

Las leyendas del mapa han sido traducidas por Sustentia.

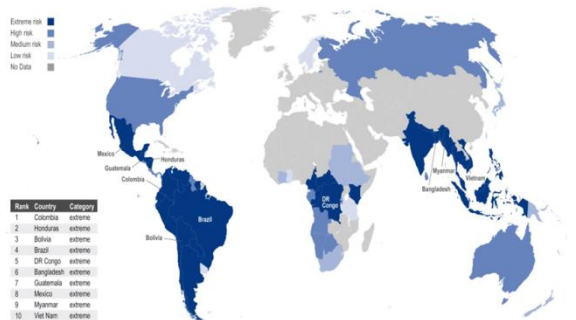
Queda prohibido su uso o reproducción sin el permiso expreso de Maplecroft.



Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

Mapa de Riesgos Pueblos Indígenas

Indigenous Peoples Rights Index 2010



© Maplecroft 2010 | The Towers, 50 Stephen's Road, Suite 501 502, United Kingdom | T +44 (0) 1225 432 000 | www.maplecroft.com | info@maplecroft.com | humanrights@maplecroft.com



CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC

Protección del consumidor

COD.	CONSUMO	Nº Empresas	%
I.C.43	La empresa aporta información sobre la observancia de leyes y reglamentos relacionados con la protección de los derechos de los consumidores, aplicables en los países en que realizan sus operaciones. También las normas internacionales relacionadas con protección del consumidor.	2	6%
I.C.44	Número y tipo de incumplimientos de las normativas referentes a violaciones del derecho del consumidor, así como sanciones y multas impuestas a estas infracciones. Por país.	2	6%
I.C.45	La empresa aporta información sobre su renuncia a la comercialización basada en afirmaciones falsas o capciosas.	12	34%
I.C.46	La empresa aporta información sobre su renuncia a la utilización de prácticas contractuales abusivas.	3	9%
I.C.47	La empresa aporta información sobre mecanismos de solución quejas/reclamaciones/compensaciones de los consumidores y cuantía de las compensaciones.	1	3%
I.C.48	Datos cuantitativos de reclamaciones, número de reclamaciones, causa de las mismas y resultado de la gestión.	4	11%
I.C.49	Descripción de políticas/sistemas de gestión y procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento referentes a la preservación de la intimidad del cliente.	2	6%
I.C.50	Número y tipo de incumplimientos de las normativas referentes a la salud y seguridad del cliente, así como sanciones y multas impuestas por estas infracciones.	3	9%

CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS RSC

Protección del consumidor

- I.C. 43- IBERDROLA y ACERINOX son las únicas empresas que aportan alguna información sobre observancia de leyes de protección del consumidor en sus memorias. Sin embargo, esa información se limita a la asunción de compromisos, no mencionando datos sobre resultados o ejemplos de aplicación.
- I.C. 44- Sólo 2 empresas aportan información sobre sanciones relacionadas con el derecho del consumidor, si bien con poco detalle aduciendo la escasa importancia de las mismas. Además, en un momento como el actual, de descontento social, **las empresas tienen la obligación de garantizar el ejercicio de sus derechos a sus clientes**. En el caso de BANKIA, en lo relativo a 2011 no se han encontrado evidencias de compromisos de la entidad y/o renuncias a utilizar prácticas contractuales abusivas o información falsa o capciosa para la captación de clientes. (I.C.45)
- I.C. 46- Sólo ENDESA, GAS NATURAL e IBERDROLA renuncia explícitamente a prácticas comerciales abusivas (ej. Condiciones de productos financieros Collar y SWAP, problemas con bajas, uso comercial de datos personales, nº 901 y 902, procedimientos de bucles automatizados, *call-center* dilatorios...). A pesar de declarar que sí informan, se ha constatado una falta de compromiso en España en **empresas que operan en el mercado bajo una situación de fuerza** con respecto a clientes y consumidores (sector energético o el de telecomunicaciones).
- I.C.47- Se mantiene una **muy baja calidad en la información de las empresas sobre quejas, reclamaciones y compensaciones**. Suelen aportar datos agregados sin incluir los motivos de las quejas, resoluciones dadas ni medidas para resolver las causas. Tampoco se informa sobre objetivos de reducción de reclamaciones. Sólo 1 empresa cumplió con los mínimos exigibles en 2011: RED ELÉCTRICA.
- I.C. 50- Sólo 3 empresas informan sobre su nº y tipo de incumplimientos de las normativas referentes a la salud y seguridad del cliente. La mayoría de las empresas simplemente afirman que "no han tenido constancia o no se han registrado incidentes". Ej: ACCIONA informa que "a través de los canales de información de gestión ordinaria de la Compañía no ha tenido constancia de ningún incidente". Cuestión paradójica en sectores con abundantes reclamaciones, como el inmobiliario o el marítimo.



SISTEMAS DE GESTIÓN DE RSC

CONCLUSIONES SOBRE SISTEMAS DE GESTIÓN RSC

- No existe información que evidencie un sistema de gestión de la RSC. Despliegue del sistema de gestión: desconexión entre compromisos adquiridos, procedimientos, impactos y resultados del ejercicio.
- Limitaciones en alcance de las operaciones pero, sobre todo, respecto al alcance geográfico, ausencia de información en países con mayor riesgo de vulneración de derechos. No se trabaja en modelos comparativos entre países y compañías.
- Ausencia de información sobre sistemas de gestión de la cadena de valor para controlar desempeño medioambiental y en derechos humanos. A veces exigen certificaciones que en muchos casos no aseguran requisitos sobre aspectos e impactos mínimos.
- Escasa integración de aspectos (económico-ambiental-social) y transversalidad de la gestión de la RSC. No mención a tensiones (*trade-offs*) en la gestión de la RSC
- Muy escasas evidencias sobre los sistemas de relación con las partes interesadas y los resultados de la misma. No se incorpora la voz de las partes interesadas. Se ignoran partes interesadas tan relevantes como sindicatos.
- Escasa información relevante sobre impactos sociales, ambientales y en derechos humanos de las operaciones. Información sólo en carácter positivo, como acciones de reparación, pero sin explicar el daño causado
- La información no se presenta como dentro de un sistema de mejora continua (plan-hacer-evaluar-analizar-decidir-plan), no encontrándose datos de resultados frente objetivos definidos
- De las 29 empresas que siguen el estándar GRI, 28 afirman alcanzar el nivel máximo de aplicación A+. Las conclusiones de los analistas no coinciden con estas declaraciones del nivel de aplicación
- La información suministrada no tiene un enfoque de rendición de cuentas, prevaleciendo más el objetivo de comunicación y marketing



Cámara
Madrid



Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

GOBIERNO CORPORATIVO

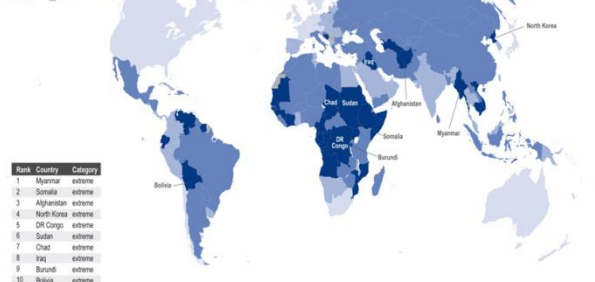
Observatorio
de Responsabilidad Social
Corporativa

Mapa de Riesgos en Gobierno Corporativo

Corporate Governance Index 2010



Extreme risk
High risk
Medium risk
Low risk
No Data



Rank	Country	Category
1	Myanmar	extreme
2	Somalia	extreme
3	Afghanistan	extreme
4	North Korea	extreme
5	DR Congo	extreme
6	Sudan	extreme
7	Chad	extreme
8	Iraq	extreme
9	Burundi	extreme
10	Bolivia	extreme

© Maplecroft 2010 | The Tower, St Stephen's Road, Bath BA1 5LZ, United Kingdom | +44 (0) 1225 420 900 | www.maplecroft.com | info@maplecroft.com | humanrights@maplecroft.com



CONCLUSIONES SOBRE GOBIERNO CORPORATIVO

COD.	GOBIERNO CORPORATIVO	Nº Empresas	%
I.C. 20	Se informa sobre las medidas de blindaje respecto a los puestos de y Consejo que existen en la organización	1	3%
I.C. 21	Remuneración individual (por persona) de los miembros del Consejo	25	71%
I.C. 21 (bis)	El Consejo elabora un informe sobre la política de retribuciones de los consejeros y lo somete a votación de carácter consultivo y como punto separado del orden del día.	25	71%
I.C. 22	Relación entre la remuneración directiva y la consecución de objetivos no financieros	2	6%
I.C. 23	Mayoría de independientes y externos dominicales en el Consejo de Administración.	35	100%
I.C. 24	Establecimiento de canal de denuncias (confidencial) para empleados	28	80%
I.C. 24 (bis)	Establecimiento de canal anónimo para que todas las partes interesadas puedan denunciar comportamientos financieros irregulares o poco éticos	11	31%
I.C. 25	Los consejeros independientes no permanecen como tales durante un periodo continuado superior a 12 años.	11	31%
I.C. 26	Se explica que se pretende un número adecuado de mujeres en el consejo	7	20%
I.C. 27	Los Presidentes de las Comisiones de Auditoría y Nombramientos y retribuciones son Consejeros independientes	29	83%

CONCLUSIONES SOBRE GOBIERNO CORPORATIVO

- Preocupación de la Comisión Europea "el gobierno corporativo es un medio para frenar planteamientos a corto plazo perjudiciales y la asunción de riesgos excesivos"
- Lo que antes se destacaba como una preocupación se viene ya evidenciando como un gran desequilibrio salarial entre la alta dirección y los consejeros y los empleados.
- Se evidencia también en el contexto global una dificultad para justificar la relación entre las aportaciones de valor de los ejecutivos a sus empresas y los salarios percibidos.
- Esto es especialmente grave en la actual situación de aguda crisis.
- Es también especialmente grave en empresas en situaciones de pérdidas financieras, expedientes de regulación de empleo, etc. mientras que la alta dirección sigue disfrutando de sistemas y mecanismos de retribución que les son muy favorables.
- Con el objeto de generar confianza en las partes interesadas sería muy oportuno que las empresas cumplieren al máximo las recomendaciones de transparencia sobre su gobierno y administración.
- Esto incluye la transparencia en las decisiones al respecto de las remuneraciones del consejo y de la alta dirección.
- Conflictos de interés: El 7% de los consejeros de las empresas del IBEX35 han ocupado un alto cargo de designación política en la Administración (ministro, secretario de estado y director general) en los últimos 10 años. Estos 34 consejeros están concentrados en 19 de las 35 empresas analizadas



- I.C.20 - Otro año más INDRA sigue siendo la única que cumple al completo con este indicador, ya que además facilitar datos sobre las cláusulas de blindaje estas son aprobadas por la Junta General de Accionistas y la compañía informa sobre sus destinatarios.

31 de las empresas del IBEX35 cuentan con cláusulas de blindaje. Benefician a un total de 260 directivos, 9 más que en 2010 (*)

4 empresas (ABENGOA, BANCO POPULAR, BANKINTER Y OHL) informan de que ninguno de los miembros de su alta dirección está protegido por cláusulas de blindaje.

- I.C. 21-Retribuciones: el 71 % de las empresas del IBEX ofrecen datos acerca de la remuneración individual de los consejeros. No siempre se desglosan estas cantidades por concepto de remuneración.
- I.C. 21bis- El 71% informa que el Consejo elabora un informe sobre la política de retribuciones de los consejeros y lo somete a votación de con carácter consultivo y como punto separado del orden del día en la Junta General de Accionistas.

IC.21 y IC.21 bis se observan avances positivos, respecto de 2009, si bien ambos indicadores se refieren a información de cumplimiento legal.

*Informe Anual de Gobierno Corporativo de las compañías del Ibex 35 - Comisión Nacional del Mercado de Valores

- I.C.22- Gamesa se une a Arcelor Mittal y son 2 las compañías que informan sobre la relación entre la remuneración que perciben los directivos y la consecución de objetivos no financieros.
- I.C. 23 – El 100% de las empresas cumplen con el indicador que analiza el cumplimiento de la recomendación relativa a mayoría de consejeros independientes y externos dominicales en el Consejo de Administración.

El análisis de la información facilitada sobre los consejeros permite poner en duda la condición de independientes de algunos de los consejeros.

- I.C. 24 – 28 (80%) empresas, igual que en la anterior edición, cuentan con un canal anónimo de denuncias para empleados.
- I.C. 24 (bis) – Aunque todavía es bajo, aumenta el número de empresas que han habilitado un canal de denuncia accesible a otras partes interesadas como pueden ser clientes y proveedores. El total asciende a 11 empresas (+6 respecto a 2010).
- I.C. 25- Sólo el 31% de las empresas establecen que los consejeros independientes no permanecen como tales durante un período continuado superior a 12 años.



CONCLUSIONES GLOBALES

- El acceso a la información es un derecho humano, imprescindible en el sistema social de mercado y democracia
- La calidad de la información publicada todavía dista mucho de los mínimos necesarios para un ejercicio de rendición de cuentas
- La información no siempre es relevante con la actividad, la presencia geográfica, los riesgos e impactos de su RSC
- No existe una estructura común que permita comparar gestiones, resultados e impactos, ni temporalmente, ni entre empresas, ni entre países. Los niveles de agregación y desagregación son arbitrarios, y no técnicamente relevantes respecto RSC
- Pesa más una información narrativa, positiva, genérica y muy extensa, que una información cuantitativa y concreta
- Hay un objetivo de comunicación y marketing, más que de rendición de cuentas de la gestión, en un ejercicio y perímetro concreto
- Prevalece la información de compromisos genéricos asumidos, sobre evidencias de la implantación, cumplimiento, adecuación y grado de eficacia de los mismos en el ejercicio
- La materialidad sobre la información es arbitraria, no se evidencia que se enfoque en riesgos e impactos sobre derechos de las partes interesadas. No se evidencia de inclusión de partes interesadas, concretas, afectadas
- Es necesario un marco normativo de rendición cuentas sobre impactos y riesgos sobre derechos en aspectos de la RSC (económico, social y ambiental), y alineado con las iniciativas europeas e internacionales

CONCLUSIONES GLOBALES

“Somos naturaleza. Poner al dinero como bien supremo nos conduce a la catástrofe”, José Luis Sampedro

“Ninguna sociedad puede ser próspera ni feliz si la mayor parte de sus miembros son pobres y miserables”, Adam Smith



Cámara
Madrid



¿Cuáles son los compromisos empresariales socialmente responsables?

Manuel Ignacio Feliu Rey

Director de la Cátedra ASGECO de Derecho de los Consumidores de la Universidad Carlos III de Madrid



I Encuentro Internacional Emprender desde la RSE en el mercado global 6 y 7 de junio de 2013

En este encuentro aprenderás a diferenciarte de tus competidores de la mano de los mejores expertos nacionales e internacionales y de los mentores más cualificados de las principales compañías españolas y del ámbito institucional



Cátedra ASGECO
de Derecho de los Consumidores



Manuel Ignacio Feliu Rey



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

- RSE y la Realidad de las cosas
- ¿Predicar con el ejemplo?
- “Tiempos de bonanza – Tiempos de crisis”
- Desequilibrios
- Movimientos sociales
- Una vuelta de tuerca



Cámara
Madrid



Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

RSE y la Realidad de las cosas:

La RSE no puede ni debe ignorar la “realidad de las cosas y los tiempos”. Podríamos hablar de la “plasticidad” o “moldabilidad” de la RSE. Obviamente no todos los “conceptos o categorías” a los que se aplica la RSE actualmente han existido siempre, o al menos no siempre han tenido la

misma consideración (ni jurídica ni sociológica).

Por otra parte, ¿qué es Responsabilidad? ¿qué es Social? ¿qué es Empresa?, o en otras palabras: ¿Toda empresa (autónomos, small bussines, etc...)?; ¿es realmente un supuesto de responsabilidad jurídica (obligación- deuda- responsabilidad) o sencillamente un “deber moral” para la sociedad?. Por último ¿a que atendemos con el término “Social”, a toda la sociedad, a intereses colectivos difusos, a concretos y determinados intereses colectivos, a I+D+i, etc...?

Por otra parte, esta plasticidad hace referencia especialmente a la idea de: “Tiempos de bonanza – Tiempos

de crisis”. De esta forma resulta inconcebible que esa Responsabilidad se diluya caprichosamente en Tiempos de Crisis, mientras que en Tiempos de Bonanza se saque pecho y enarbole la bandera de la RSE como un activo más (intangibles, pero con alto valor económico a la postre) de la Corporación. Causalmente las aportaciones de la empresa privada a la investigación (I+D+i) experimentó un notorio descenso en España desde el año 2008 hasta la fecha. Las empresas – todas- suprimieron lastre, y entre los primeros recortes se encontraban las políticas de RSE. La grave contradicción: en tiempos de crisis la RSE se hace mas necesaria aun. El nivel de Responsabilidad del sector corporativo experimenta un plus frente al resto de la Sociedad que busca políticas

¿Predicar con el ejemplo?

La RSE debe aflorar de arriba a abajo y de dentro hacia fuera. Es decir, la primera conducta “responsable” compete a quienes conforman los maximos órganos de administración y gestión, y así sucesivamente hasta el personal laboral de menor cualificación (arriba –abajo). Y por otra parte, dicha conducta responsable compete igualmente al matriz, a las filiales y a las sociedades del grupo, así como a todas aquellas empresas en regimen de outsourcing, etc.. (dentro / fuera)



Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

- Desequilibrios: ¿es posible que “la explotación de la imagen de determinados sujetos famosos” reporten mas beneficios que “empresas” realmente productivas? Y en tal caso, ¿cuál es el canon para la exigencia de una RSE? ¿El volumen de facturación o la propia reversión a la sociedad del beneficio empresarial?
- Finalmente con la expresión “Una Vuelta de Tuerca” nos referimos a la exigencia de desarrollar el denominado Cuarto Sector.



Cámara
Madrid



Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL



Éste es el supuesto básico de interrelacion subjetiva ideal. Una auténtica noria o molino, compuesto por los actores económicos (empresarios y empleados), los destinatarios de primer grado (consumidores) y segundo grado (sociedad), y por supuesto los intereses difusos (medioambiente, etc..)



Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

HE DECIDIDO ENFRENTAR
LA REALIDAD, ASÍ QUE
APENAS SE PONGA LINDA
ME AVISAN



No puede extrañar que en tiempos de crisis exista un descreimiento de las políticas –voluntariamente debilitadas– de RSE. Precisamente en estos tiempos es cuando la solidaridad y la justicia distributiva, base principal de estas políticas deben manifestarse especialmente. Ello supondría un beneficio empresarial inmediato e intangible: la confianza.



Cámara
Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL



No hay que cambiar tanto de políticas sino de mentalidad. Basta con enseñar a pescar. El aprendizaje del esfuerzo, también es RSE. La absoluta gratuidad es perniciosa.

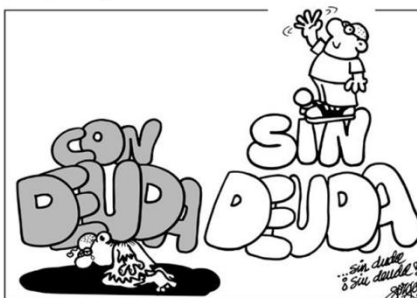


I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL



Se necesita poseer un espíritu fuerte para conservar la moderación cuando todo nos va bien (Séneca)

Dos líneas fundamentales: la solidaridad y la formación...
El retorno a la austeridad como principio esencial educativo.
La austeridad es una de las grandes virtudes de un pueblo inteligente (Solón)





Cámara
Madrid



Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**



La RSE debe empezar
por uno mismo.
Especialmente si ocupa
cargos de responsabilidad

¿Repensar –revisar- la RSE
en determinados supuestos?



Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

Realmente, ¿cuál es la finalidad última de las
políticas de RSE? Su publicidad como
instrumento de política de consumo.





Cámara
Madrid



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**

Y siempre hay alguien dispuesto a dar ese empujoncito: en un sentido u otro. Un caso paradigmático es Greenpeace al contrarrestar un anuncio de automóvil.

*Greenpeace
attacks
Volkswagen
with star wars*



<http://www.youtube.com/watch?v=SZZ8V2hcYQY>



**I ENCUENTRO INTERNACIONAL
EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO
GLOBAL**



Y es que los consumidores, en cuanto stakeholders, realmente no son eficaces ni eficientes, al actuar como fichas de dominó. De ahí la importancia de las Asociaciones de Consumidores.



Cámara
Madrid



Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

El problema se incrementa si consideramos el Espacio Digital. La publicidad es mucho más eficaz. Y la contratación se deslocaliza.



Madrid



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

Las políticas no equilibradas de RSE terminan en el gran foso: el Riesgo Reputacional





Cámara
Madrid

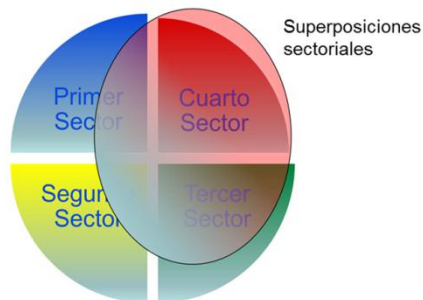


I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL



© Antonio Vives All rights reserved.

Tendencias actuales: el Cuarto Sector.
Gran desarrollo en EE.UU.
Una vuelta de tuerca: la razón es crear beneficios sociales mediante la previa consecución de beneficios financieros obtenidos precisamente para ello.



© Antonio Vives All rights reserved.



I ENCUENTRO INTERNACIONAL EMPENDER DESDE LA RSE EN EL MERCADO GLOBAL

Muchas gracias



Cámara
Madrid



Direcciones de contacto de los organizadores

El I Encuentro Internacional *Emprender desde la RSE en el mercado global* se celebró los días 6 y 7 de junio, en Madrid, y fue un ejemplo de colaboración posible entre tres entidades de diferentes ámbitos: empresarial, académico y de acción social.

Organización, impulso y financiación del Encuentro (Grupo 5)

Grupo 5

Olimpiada, 2, 28040, Madrid

www.grupo5.net

Ana Navarro Salinas Directora de Ciclo Grupo 5, S.L.U. (ana.navarro@grupo5.net)

Miguel Fernández González Gerente de Editorial Grupo 5 (miguel.fernandez@grupo5.net)

Concepción, diseño y coordinación académica (Universidad Complutense de Madrid):

Yolanda Sánchez-Urán Azaña Catedrática Acreditada de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social, UCM
Miembro del Proyecto I+D: DESAFÍO (sanuran@ucm.es)

M^a Amparo Grau Ruiz Profesora Titular de Derecho Financiero y Tributario, UCM
IP del Proyecto de Investigación I+D: DESAFÍO (grauruiz@ucm.es)

José Ignacio López Sánchez Director del Departamento de Organización de Empresas, UCM (josilope@ucm.es)

Con la colaboración de:

Juan Muñoz Martín Profesor de RSC de la UCM, Subdirector general de la Fundación Chaminade
(juan.munoz@fugjchaminade.es)

Apoyo a la difusión y sede de celebración (Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid)

Carmen Verdera Gerente Responsabilidad Social Corporativa (carmen.verdera@camaramadrid.es)

Covadonga Fernández Directora de Comunicación (covadonga.fernandez@camaramadrid.es)